

ABSTRAKT

Název: Marketingová komunikace firmy TEPfaktor

Cíle: Hlavním cílem této práce je zhodnocení stávající marketingové komunikace firmy TEPfaktor a vytvoření vlastního návrhu na zlepšení komunikace. K vytvoření návrhu bylo nutné provést marketingový výzkum, abychom mohli zjistit stávající marketingové nástroje, které firma používá a vnímání jednotlivých nástrojů zákazníky.

Metody: V práci byla použita metoda kvalitativní v podobě rozhovoru a kvantitativní v podobě dotazníku. Rozhovor byl použit na zjištění podrobných informací o firmě a používaných marketingových nástrojů. Díky dotazníku byly shromážděny data od zákazníků firmy.

Výsledky: Data z rozhovoru s pracovníky marketingového oddělení firmy a data z dotazníkového šetření, byla zpracována v praktické části. Na základě zpracování údajů byl vytvořen návrh na novou marketingovou komunikaci firmy TEPfaktor, převážně pro získání nových zákazníků.

Klíčová slova: Marketingová komunikace, nové trendy v marketingu, marketingový výzkum, dotazník.