



Česká zemědělská univerzita v Praze
Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Autorka práce: Bc. Blanka Konopiská
Studijní program: Hospodářská politika a správa
Obor: Podnikání a administrativa

Vedoucí práce: doc. Ing. Jaromír Štůsek, CSc.
Garantující pracoviště: Katedra řízení

Název práce: **Zhodnocení marketingové komunikace vybrané společnosti**
Název anglicky: **Evaluation of marketing communication selected companies**

Cíle práce: Cílem diplomové práce bude zhodnocení současné marketingové komunikační strategie vybrané společnosti a na základě zjištěných informací budou navržena opatření pro její zlepšení. Důraz bude kladen zejména na nalezení nedostatků, či nevyužitých příležitostí v této oblasti. Co se týče dílčích cílů budou shromážděny teoretické poznatky, které budou východiskem pro analytickou část.

Metodika: Metodou SLEPT bude analyzováno tržní okolí firmy z hlediska sociálního, legislativního, ekonomického. Prostřednictvím Porterovou analýzou bude popsáno oborové okolí firmy, které je ovlivňováno zejména zákazníky. Metodou SWOT analýzou.
Rámcová osnova: 1. Úvod. 2. Cíl práce a metodika. 3. Literární přehled. 4. Vlastní řešení. 5. Návrh řešení. 6. Závěr. 7. Seznam použité literatury.

Cíl práce a metodika: Září 2015
Literární přehled: Listopad 2015
Vlastní řešení: Leden 2016
Návrh řešení: Březen 2016

Doporučený rozsah práce: 60-80 stran

Klíčová slova: Marketingová komunikace, reklama, podpora prodeje, public relations, marketing guerillový, virový marketing

Doporučené zdroje informací:

1. Blažková, M. Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy. Praha: Grada Publishing 2007, ISBN 80-247-1535-X
2. KOTLER, P., ARMSTRONG, G. Marketing. Praha: Grada Publishing, 2004. ISBN 978 80 247-0513-2.
3. KOTLER, P., KELLER, K., L. Marketing Management. Praha: Grada Publishing, 2007. ISBN 978-80-247-1359-5.
4. KRÍŽEK, Z., CRHA, I. Jak psát reklamní text. Praha: Grada Publishing, 2003. 192 s. ISBN 80-247-0556-7.
5. NAGYOVÁ, J. Marketingová komunikace. Praha: VŠE, 1994. 113 s. ISBN 80-8093-009-0.
6. POSPÍŠIL, P. Efektivní Public Relations a media relations. Praha: Computer Press, 2002. 153 s. ISBN 80-7226-823-6.
7. PŘÍKRYLOVÁ, J., JAHODOVÁ, H. Moderní marketingová komunikace. Praha: Grada Publishing, 2010. 320 s. ISBN 978-80-247-3622-8.
8. SVOBODA, V. Public relations - moderně a účinně. Praha: Grada Publishing, 2006. 244 s. ISBN 80-247-

0564-8

9. VYSEKALOVÁ, J., KOMÁRKOVÁ, R. Psychologie reklamy. Praha: Grada Publishing, 2001. 228 s. ISBN 80-247-9067-X.
10. VYSEKALOVÁ, J., MIKEŠ, J. Reklama jak dělat reklamu. Praha: Grada Publishing, 2007. 182 s. ISBN 978-80-247-2001-2.
11. ZAMAZALOVÁ, M. et al. Marketing. Praha: C. H. Beck, 2010. 499 s. ISBN 978 80 7400 115-4.

Předběžný termín obhajoby: 2015/16 ZS - PEF

Elektronicky schváleno: 15. 11. 2015
prof. Ing. Ivana Tichá, Ph.D.
Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno: 16. 11. 2015
Ing. Martin Pelikán, Ph.D.
Děkan