

## **Abstrakt**

- Název:** Marketingová komunikace české handicapované reprezentantky v tenise Ladislavy Pořízkové
- Cíle:** Hlavním cílem této diplomové práce je předložení návrhů pro zlepšení marketingové komunikace Ladislavy Pořízkové na základě analýzy a zhodnocení současného stavu.
- Metody:** Definovat současný stav marketingové komunikace Ladislavy Pořízkové umožnily kvalitativní metody, mezi které patří analýza dokumentů a sociálních sítí, hloubkový rozhovor s paní Pořízkovou a také kvantitativní metody, konkrétně dotazníkové šetření provedené s fanoušky paní Pořízkové. Ke konfrontaci názorů a marketingové komunikaci paní Pořízkové dostal prostor se vyjádřit také marketingový odborník Mgr. Richard Valoušek, senior PR manager ve společnosti Raul, s. r. o. Celkové shrnutí zajistila osobní SWOT analýza. Návrhy na změny byly zpracovány na základě teoretického východiska, analýzy praktické části, návrhů fanoušků, odborníka a vlastních návrhů.
- Výsledky:** Výsledkem jsou návrhy na změny v podobě modifikace marketingové komunikace, které jsou připraveny na základě nedostatků, ale i předností současné marketingové komunikace paní Pořízkové. Návrhy odpovídají chybějícím finančním prostředkům pro investice do marketingové komunikace, proto jsou primárně založeny na správném používání komunikačních kanálů a strategicky plánovaném obsahu.
- Klíčová slova:** tenis na vozíku, značka, propagace, komunikační kanály, sponzoring