

## **Abstrakt**

Tato bakalářská práce se zabývá tvorbou moderní komunikační strategie v dynamickém světě marketingu, kde rychlá digitalizace a proměnlivé chování spotřebitelů vyžadují neustálou adaptaci. Konkrétně se práce zaměřuje na českou značku Goodie, která je známá svým závazkem ke zdraví, kráse a udržitelnosti. Bakalářská práce hodnotí tradiční marketingové metody, zároveň přináší nové poznatky a významné proměny těchto přístupů. Teoretická část se ponořuje do marketingové strategie a strategického plánování, pečlivě zvažuje jednotlivé fáze plánování a výběr vhodných analytických metod pro praktickou aplikaci strategie. Dále diskutuje o systematizaci marketingových strategií, což vede k výběru konkrétní komunikační strategie. Tato sekce rovněž identifikuje a hodnotí aktuální trendy, které dnes přetvářejí marketingovou komunikaci. Praktická část začíná metodologií a pokračuje fázemi strategického plánování na základě teoretických poznatků. Cílem je poskytnout značce Goodie komunikační strategii založenou na teoretických znalostech a datech z marketingové situační analýzy a dotazníkového šetření zaměřeného na chování spotřebitelů, vnímání značky a dopad aktuálních trendů. Tato strategie má za cíl zlepšit tržní pozici a vnímání značky Goodie do roku 2024.