

Abstrakt

Cílem mé bakalářské práce bylo zanalyzovat komunikační aktivity firmy STUDENT AGENCY, s. r. o., popsat její silné a slabé stránky, představit firmu, a zhodnotit komunikační mix, který používá k propagaci svých produktů a služeb. K hodnocení komunikace jsem použila deskriptivní a SWOT analýzu a dotazníkové šetření.

Mezi nejdůležitější teoretické části patří vysvětlení pojmů firemní identita, marketingová komunikace, komunikační mix, produkt, produktové portfolio a doprava.

V několika kapitolách jsem se zabývala firemní identitou, tím, jakou má společnost na českém trhu image, jaký je její firemní design, a jak dodržuje svou firemní filozofii. Vzhledem k tomu, že firma STUDENT AGENCY byla založena v roce 1996 jako firma zprostředkovávající au-pair a následně studijní a pracovní pobyty v zahraničí, a nabídka jejích aktivit se značně rozrostla, cíleně jsem svou práci zaměřila na analýzu komunikačních aktivit spojených s rozšiřováním produktového portfolio o služby vnitrostátního a mezinárodního autobusového a vlakového dopravce. Na základě získaných výsledků jsem navrhla několik doporučení pro zlepšení marketingové komunikace firmy.