Abstrakt

Název: Marketingová komunikace Mezinárodního horolezeckého filmového festivalu (MHFF)

Cíle práce: Hlavním cílem této diplomové práce je navrhnout nové postupy v jednotlivých částech marketingového komunikačního mixu tak, aby byly pro Mezinárodní horolezecký filmový festival účinnější a efektivnější. K vytvoření těchto návrhů pomůže přehled stávajících kanálů a forem marketingové komunikace dané akce, který bude podrobně rozebrán v analytické části práce.

Metody: V této práci bude využito deskriptivní případové studie pro rozbor současné marketingové komunikace, SWOT analýzy pro přehled silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení a marketingový výzkum bude proveden formou dotazování.

Výsledky: Výsledkem práce bude návrh nové marketingové komunikace MHFF pro léta 2012 – 2014. Bude sestavena vhodná kombinace jednotlivých nástrojů komunikačního mixu, spolu s médii a možnostmi sponzoringu. Tento návrh bude předložen organizačnímu týmu MHFF jako inspirace k zefektivnění stávající komunikace.

Klíčová slova: marketing, marketingový mix, marketingová komunikace, komunikační mix, média, sponzoring