

## **Anotace (abstrakt)**

Bakalářská práce na téma „Návrh komunikační strategie pro značku WIN-WIN shop“ se zabývá propojením marketingové komunikace a udržitelné módy. Pojednává o značce WIN WIN love, jejím vzniku a komunikační strategii. V teoretické části práce definuje termíny marketingová komunikace, marketingový mix a komunikační mix, u něhož pak dále rozebírá reklamu, podporu prodeje, public relations, přímý marketing a osobní prodej. Popisuje teoretická východiska spjatá se značkou, rozebírá její identitu a hodnotu.

V deskriptivní části práce specifikuje vznik a popis značky a analyzuje její cílovou skupinu podle modelu Galaxie GIM. V analytické části se práce zabývá jednotlivými prvky marketingového mixu, dále pak popisem současné komunikace s ohledem na její silné a slabé stránky, a na závěr hodnotí jednotlivé faktory značky pomocí SWOT analýzy. Závěrečná část práce je věnována primárnímu výzkumu, který je proveden pomocí metody online dotazování prostřednictvím dotazníku. V závěru práce vyhodnocuje výsledky dotazníku a navrhuje doporučení na konkrétních příkladech za účelem zlepšení komunikační strategie do budoucna.