

Abstrakt

- Název:** Marketingový mix společnosti Hervis Sport a móda, s. r. o.
- Cíle:** Hlavním cílem této práce je rozbor stávajícího marketingové mixu a na základě zvolených metodologických postupů navrhnout jeho změny a úpravy, které povedou ke zlepšení chodu společnosti a jejího hospodářského výsledku, zvýšení kvality poskytovaných doplňkových služeb a lepší komunikaci s potenciálními zákazníky.
- Metody:** Analýza marketingového mixu je provedena za pomoci kvantitativního sběru dat. Stěžejním nástrojem práce je situační analýza podniku, a to jak z hlediska vnějšího, tak vnitřního prostředí. Primárním zdrojem informací jsou data sekundární.
- Výsledky:** Výsledky zkoumání naznačily, že společnost Hervis Sport a móda, s. r. o. za svými konkurenty v mnoha aspektech zaostává a nedrží si zrovna příznivé postavení. Díky zvoleným metodologickým postupům jsem shromáždil dostatečné množství potřebných informací, které mi umožnili navrhnout opatření pro jednotlivé prvky marketingového mixu vybrané společnosti.
- Klíčová slova:** marketing, propagace, marketingový mix, situační analýza, doporučení, SWOT analýza