

## **Abstrakt**

Diplomová práce se zabývá zpracováním marketingového plánu v oblasti rozvoje konkrétní pečovatelské služby. Cílem práce je pomocí vhodně zvoleného marketingového mixu rozšířit stávající terénní pečovatelskou službu.

První, teoretická, část práce vysvětluje marketing, včetně souvisejících pojmů a rozebírá strategické řízení a koncept strategické analýzy. Popisuje zákon o sociálních službách a zásady péče o seniory v přirozeném prostředí, v důsledku demografického vývoje.

Praktická část je členěna na kapitoly výzkumnou, zahrnující marketingový výzkum, provedený mezi uživateli terénních pečovatelských služeb a na kapitoly analytickou. Výsledky marketingové strategické analýzy jsou zahrnuty do SWOT analýzy. Na základě zjištěných podkladů je vypracován marketingový plán, v němž je zvolen vhodný marketingový mix pro rozšíření konkrétní terénní pečovatelské služby.

Na závěr jsou zhodnoceny výsledky realizace marketingového plánu a provedeno další doporučení, které přispívá k rozšíření služeb a k úspěchu organizace na trhu.

Klíčová slova: demografický vývoj, marketing, marketingová strategie, marketingový mix, marketingový plán, péče o seniory, strategické řízení, terénní pečovatelská služba