

## **Abstrakt**

**Název:** Marketingová komunikace kamenné prodejny a e-shopu Sporticus

**Cíle:** Cílem diplomové práce je zanalyzovat a vyhodnotit marketingovou komunikaci sportovního obchodu a e-shopu Sporticus. Na základě získaných poznatků poté navrhnout úpravy k zefektivnění již zavedených činností v oblasti marketingové komunikace a zároveň představit nová opatření a možnosti, které by měly přispět k využití potenciálu a dalšímu rozvoji sportovního obchodu a e-shopu Sporticus.

**Metody:** Pro analýzu marketingové komunikace byly využity metody kvalitativního výzkumu. Konkrétně polostrukturované interview s majitelem obchodu, obchodní manažerkou a správcem e-shopu. Dále byly analyzovány vybrané interní dokumenty a statistiky (Heureka, SEO test, Facebook, obchodní výsledky). Zvolené metody byly doplněny osobním zúčastněným pozorováním, neboť je autor od září 2016 v pravidelné přímé konfrontaci s aktuálním děním. Metody poskytly autorovi dostatečné podklady pro navržení konkrétních změn a opatření.

**Výsledky:** Hodnocení marketingové komunikace kamenné prodejny a e-shopu odhalilo převážně pozitivní výsledky, které korespondují s kladnými recenzemi na obchod v internetových srovnávacích zboží. Kvalitativní metody pomohly odhalit nedostatky a nalézt možné směry pro zlepšení oblasti marketingové komunikace kamenného obchodu a e-shopu Sporticus. Konkrétní návrhy uvedené v této práci byly v průběhu její tvorby poskytnuty majiteli a konzultovány s personálem sportovního obchodu. Většina návrhů byla již zavedena a z průběžných interních výsledků a statistik lze konstatovat, že zvolené návrhy přispěly k rozvoji sportovního obchodu a e-shopu Sporticus.

**Klíčová slova:** komunikační mix, online komunikace, internetový prodej, propagace, Sporticus