

## **Abstrakt**

Bakalářská práce „Možnosti využití více smyslové in-store marketingové komunikace v prodejnách firmy Apple“ se zabývá možnostmi zapojení jednotlivých smyslů do komunikace v místě prodeje, demonstrováno na in-store marketingové komunikaci firmy Apple. První teoretická část uvádí do problematiky in-store marketingové komunikace, seznamuje se základními pojmy, následně definuje smyslovou marketingovou komunikaci a rozebírá účinky a možnosti implementace jednotlivých smyslů v místě prodeje.

V druhé části jsou teoretické poznatky použity k popisu in-store marketingové komunikace firmy Apple, jak jejich značkových obchodů, tak i premium resellers (iStyle, iSetos, iWorld), které se nachází na území České republiky. Informace o značkových Apple obchodech jsou získávány z knižních a elektronických zdrojů, popis prostředí českých distribučních obchodů vychází z vlastního pozorování a konzultace s personálem. Cílem je popsat současný stav a najít možnosti dalšího využití více smyslové marketingové komunikace v obchodech firmy Apple.