

Abstrakt

Bakalářská práce „Marketingová komunikace sítě knihkupectví Neoluxor v letech 2008–2012“ pojednává o způsobu využití marketingové komunikace v oblasti knižního trhu, specificky knihkupectví, na příkladu společnosti Neoluxor s.r.o. Jádrem práce je komplexní deskriptivní analýza marketingové komunikace společnosti na základě sekundárních dat a jednotlivých výstupů marketingového komunikačního mixu omezená lety 2008–2012.

Východiskem práce je nastínění specifík českého knižního trhu, jeho komerčních i sociálních aspektů a vymezení pozice knihy, knihkupectví a knižní kultury v České republice v posledních letech. Po uvedení společnosti Neoluxor stručným zmíněním její historie a prodejní sítě je na teoretickém základě marketingového komunikačního mixu provedeno detailní popsání a posouzení nadlinkových i podlinkových komunikačních aktivit realizovaných touto společností ve sledovaném období. Následné vymezení konkurentů společnosti a komparace marketingových aktivit Neoluxoru s knihkupectvím Kanzelsberger přináší cenné podněty k závěrečným návrhům na zefektivnění popisovaných aktivit do budoucna. Ty jsou podpořeny také výsledky dotazníkového šetření zaměřeného na a vybrané otázky týkající se síly značek pražských knihkupectví a vybrané nákupní zvyklosti.