

Abstrakt v českem jazyce

Bakalářská práce „In-store marketingová komunikace Air Bank v letech 2011 – 2013“ se zabývá marketingovou komunikací v místě prodeje na pobočkách Air Bank v České republice. Jejím cílem je popis in-store marketingové komunikace banky a srovnávací popisná analýza této komunikace s největší konkurenční bankou, Českou spořitelnou.

V první části se práce zabývá rešerší dostupných zdrojů o in-store marketingové komunikaci včetně představení základních pojmů. Tato teoretická část se dále zaměřuje na historii in-store složky komunikace a smyslový marketing.

Druhá část se věnuje deskripci samotného konceptu a pojetí firemních hodnot v in-store marketingové komunikaci Air Bank. V této části se také nachází srovnávací analýza s konkurenčním subjektem.

Výsledky této práce umožňují popis stavu in-store marketingové komunikace během prvních dvou let chodu společnosti, vyhodnocení konkurenční srovnávací analýzy a doporučení k lepšímu využití in-store komunikace v Air Bank.