

Abstrakt

- Název:** Marketingová komunikace České olympijské nadace
- Cíle:** Cílem této práce je provést analýzu a zhodnocení dosavadní marketingové komunikace České olympijské nadace a na základě těchto poznatků vytvořit projekt představující návrhy na zdokonalení marketingové komunikace této organizace tak, aby došlo k zefektivnění ve využití jednotlivých částí komunikačního mixu a zavedení doposud nevyužívaných nástrojů.
- Metody:** V rámci zhodnocení marketingové komunikace je pro tuto práci zvoleno provedení jak kvantitativního, tak kvalitativního výzkumu. Je aplikována metoda elektronického dotazování na vzorku dostupných respondentů. Sběr dat je realizován za pomoci předem připravených dotazníků, které jsou rozesílány elektronickou poštou jednotlivým dotazovaným. Pro zjištění veškerých současných komunikačních kanálů je také použita metoda hloubkového interview s manažerkou projektu Česká olympijské nadace.
- Výsledky:** Výstupem práce je návrh marketingové komunikace obsahující nové komunikační prostředky i způsoby zefektivnění stávajících, které jsou vytvořeny na základě analýzy a zhodnocení současného stavu využívaných marketingových nástrojů.
- Klíčová slova:** komunikační mix, propagace, neziskový sektor, nadace, hloubkové interview, elektronické dotazování