

Sylva Mesteková, 2018
STUDIJNÍ PROGRAM: Řízení rozvojových projektů
STUDIJNÍ OBOR: Řízení regionálního rozvoje
VEDOUCÍ PRÁCE: Ing. Petra Jílková, Ph.D.



EVENT MARKETINGOVÝ PLÁN PRÉMIOVÉHO PRODUKTU SPOLEČNOSTI



DIPLOMOVÁ PRÁCE SE ZABÝVÁ OBLASTÍ EVENT MARKETINGU A CÍLEM PRÁCE JE NAVRŽENÍ EVENT MARKETINGOVÉHO PLÁNU VYBRANÉ ZNAČKY SPOLEČNOSTI JAN BECHER PERNOD RICARD A.S. V TEORETICKÉ ČÁSTI JSOU VYMEZENY ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKY KOMUNIKAČNÍHO MIXU A EVENT MARKETINGU, PROCES PLÁNOVÁNÍ EVENT MARKETINGOVÉ STRATEGIE. V PRAKTICKÉ ČÁSTI SE NACHÁZÍ SITUAČNÍ ANALÝZA A NA JEJÍM ZÁKLADĚ JE NAVRŽENA EVENT MARKETINGOVÁ STRATEGIE. PRAKTICKY JE PŘÍBLÍŽENA PRAKTICKÁ REALIZACE PŘÍPRAVY DVOU DŮLEŽITÝCH EVENTŮ.

DIPLOMA THESIS DESCRIBES THE FIELD OF EVENT MARKETING AND THE GOAL OF THE THESIS IS DESIGNING THE EVENT MARKETING PLAN OF THE SELECTED BRAND OF THE JAN BECHER PERNOD RICARD A.S. THE THEORETICAL PART DEFINES THE BASIC CHARACTERISTICS OF THE COMMUNICATION MIX AND THE EVENT MARKETING, THE PLANNING PROCES AND EVENT MARKETING STRATEGIES. IN THE PRACTICAL PART IS DEFINED SITUATIONAL ANALYSIS. BASED ON SITUATIONAL ANALYSIS IS DEFINED EVENT MARKETING STRATEGY. IN THE FINAL PART IS DESCRIBES THE PRACTICAL IMPLEMENTATION OF THE PREPARATION OF TWO IMPORTANT EVENTS.

CÍL:
NAVRŽENÍ EVENT MARKETINGOVÉHO PLÁNU VYBRANÉ ZNAČKY SPOLEČNOSTI JAN BECHER PERNOD RICARD A.S.

PŘÍNOS:
EVENT MARKETINGOVÝ PLÁN JAKO MODERNÍ KOMUNIKAČNÍ NÁSTROJ NA OBDOBÍ JEDNOHO ROKU A VÝHLED NA DALŠÍ OBDOBÍ.
NA ZÁKLADĚ CELKOVÉ STRATEGIE A SITUAČNÍ ANALÝZY BYL NAVRŽEN EVENT MARKETINGOVÝ PLÁN OBSAHUJÍCÍ DVA EVENTY, KTERÉ JSOU V SOULADU S KOMUNIKAČNÍMI CÍLI. MUMM CHAMPAGNE VEČEŘE V RESTAURACI U ZLATÉ STUDNĚ A MUMM NA FRANCOUZSKÝCH TRZÍCH.

