

ŠPECIFIKÁ B2B MARKETINGOVEJ KOMUNIKÁCIE V STROJÁRENSTVE

Typ práce: bakalárska

Autor práce: Patrícia Kalatová

Vedúci práce: Ing. arch. Petr Štěpánek, Ph.D.

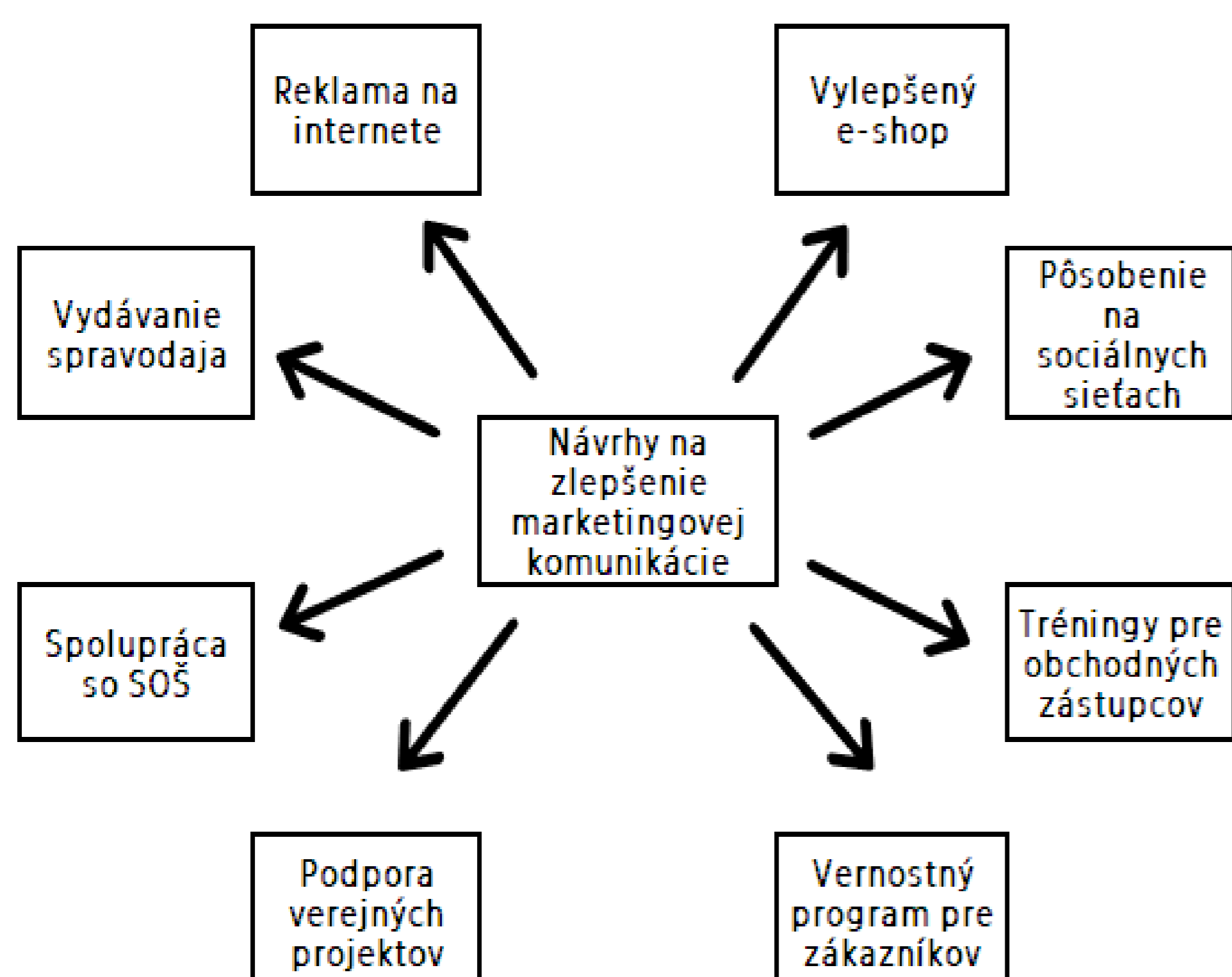
Akademický rok: 2018/2019

Abstrakt

Predmetom bakalárskej práce je definovať špecifiká B2B marketingovej komunikácie v strojárstve. Cieľom je analyzovať nástroje komunikačného mixu vybraného podniku s dôrazom na ich účinnosť v podniku. Prvá časť práce spracováva teoretické východiská marketingovej komunikácie na B2B trhu a popisuje jednotlivé nástroje marketingovej komunikácie na tomto trhu. Druhá časť obsahuje analýzy nástrojov komunikačného mixu a ich využívanie v praxi. Posledná časť na základe výsledkov z analýz navrhuje kroky k zlepšeniu marketingovej komunikácie podniku.

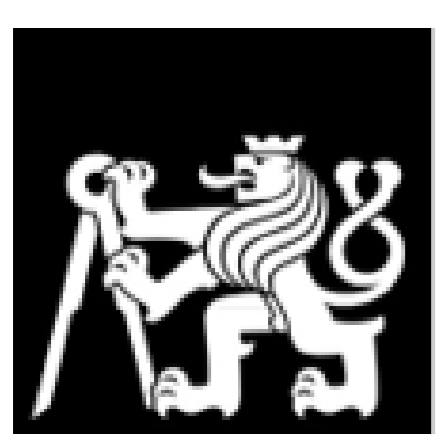
Abstract

The goal of the bachelor thesis is to define Specifics of B2B Marketing Communication in Mechanical Engineering. The aim is to analyse the communication mix tools of the selected company with an emphasis on their effectiveness in the company. The first part of the thesis deals with the theoretical basis of marketing communication on the B2B market and describes individual tools of marketing communication in this market. The second part contains analysis of communication mix tools and their use in practice. The last part, based on the results of the analyses, suggests steps to improve the company's marketing communication.



Záver

Vďaka hĺbkovému rozhovoru s pracovníkom analyzovanej firmy Tomirtech, s.r.o. som dokázala popísať aktuálnu B2B marketingovú komunikáciu firmy, zistiť jej prednosti a aj odhaliť nedostatky. Medzi slabé stránky firmy patrí napríklad online marketing, chýbajúci vernostný program pre zákazníkov, vzťahy s verejnosťou a reklama.



MASARYKŮV ÚSTAV
VYŠŠÍCH STUDIÍ
ČVUT V PRAZE

TOMIRTECH
KOMPONENTY PRE STROJE