

Témata bakalářských prací na KMO pro akademický rok 2024/2025

Studijní program: Marketingové řízení

Místo studia: Plzeň

Upozornění: Jednotliví vedoucí kvalifikačních prací mají stanovený maximální počet přihlášek ke kvalifikační práci, které smějí potvrdit (viz směrnice děkanky FEK č. 1DS/2021).

doc. Ing. Petr Cimler, CSc.

1. Logistika vybrané firmy
2. Činnost logistického providera – poskytování logistických služeb
3. In-store marketing/in-store komunikace ve vybrané prodejně
4. Strategie vybrané obchodní firmy
5. Nákupní aliance/maloobchodní sítě – organizace, činnost, přínosy
6. Nákupní podmínky a chování zákazníků na českém venkově

doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.

1. Zhodnocení marketingové komunikace zvolené organizace
 - (nutné konzultovat předem a mít přístup k informačním zdrojům v organizaci)
2. Komparace marketingové komunikace zvolených organizací v ČR na sociálních sítích
 - (výzkumně orientované, data je možné sbírat i nezávisle ze sociálních sítí jako z otevřených zdrojů)
3. Výzkum image organizace
 - (nutné mít přístup k informačním zdrojům v organizaci, dotazování v organizaci se předpokládá)
4. Zhodnocení marketingové komunikace na internetu pro zvolenou firmu
 - (nutné mít přístup i k informačním zdrojům v organizaci)
5. Testování www stránek organizace s prostřednictvím zvolené metody
 - (výzkumně orientované, data je možné sbírat i nezávisle z otevřených zdrojů, je k dispozici i eye tracking)
6. Hodnocení kvality služeb mystery shoppingem u vybraných firem
 - (doporučuji konzultovat reálnou představu o firmě či firmách)
7. Inovace www stránek zvolené organizace, evaluace a návrh řešení
 - (doporučuji konzultovat, výhodou je i přístup k informačním zdrojům v organizaci)

doc. Ing. Dita Hommerová, Ph.D., MBA

1. Změny v nákupním chování na trhu B2C
2. Interní marketing
3. Návrh distribučního řetězce pro novinku na trhu
4. Návrh komunikační kampaně pro novinku na trhu

5. Experience marketing
6. Marketingové řízení neziskových organizací
7. Vnímání značky
8. Fundraising neziskové organizace Czech-American TV a online prostředí. (možno spojit s odbornou praxí v CATVUSA, John Honner, ředitel Czech-American TV/email: catvusa@gmail.com)
9. Fundraising a grantová politika v oblasti státní správy a samosprávy na území ČR pro neziskovou organizaci Czech-American TV. (možno spojit s odbornou praxí v CATVUSA, John Honner, ředitel Czech-American TV/email: catvusa@gmail.com)
10. Marketing týmu UWB eRacing Team Pilsen (téma je vhodné pro studenta/studentku se zájmem o motorsport)
11. Vlastní téma po dohodě (s ohledem na zaměření studijního programu)

doc. Ing. Petr Janeček, Ph.D.

1. Lázeňství v 21. století
2. Medical wellness jako příležitost turismu
3. Cheb a jeho pozice v turismu

Ing. Eliška Kochová

1. Zhodnocení marketingu na sociálních sítích vybrané společnosti
2. Marketingový plán vybrané společnosti
3. Marketingové aktivity vybrané destinace na Seznamu světového dědictví UNESCO

Ing. Hana Kunešová, Ph.D.

1. Podnikání v maloobchodě ve vybrané venkovské lokalitě
2. Elektronické obchodování B2C v České republice
3. Hodnocení kvality služeb s využitím mystery shoppingu
4. Marketingový mix vybraného poskytovatele služeb
5. Marketingová komunikace vybraného subjektu
6. Vlastní téma po dohodě (s ohledem na zaměření studijního programu)

Ing. Michal Mičík, Ph.D.

1. Udržitelnost a společenská odpovědnost vybraného podniku
2. Návrh komunikační kampaně pro vybranou značku
3. Využití sociálních médií v komunikačním mixu vybraného podniku
4. Využití nástrojů online marketingu ve vybrané společnosti
5. Návrh komunikační kampaně vybrané neziskové organizace
6. Nekorektnosti v marketingové komunikaci firem
7. Role sociálních médií v nákupním chování spotřebitelů
8. Vlastní téma po dohodě ((s ohledem na zaměření studijního programu)

Mgr. Hana Ovesleová, Ph.D.

1. Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu
2. Analýza koncepce vybraného turistického informačního centra
3. Grafický design v marketingové komunikaci vybraného podniku
4. Personální marketing vybraného podniku

Ing. Jan Petrtyl, Ph.D. (kontakt: jan@marketingmind.cz)

1. Marketing ve vybrané firmě nebo neziskové organizaci
2. Online marketing ve vybrané firmě nebo neziskové organizaci
3. Sociální sítě a možnosti jejich využití pro vybraný projekt
4. Analýza vybrané webové prezentace
5. Analýza vybrané komunikační kampaně
6. Návrh komunikační kampaně pro nový/stávající produkt
7. SEO pro vybraný projekt
8. Obsahový marketing pro vybraný projekt
9. PPC kampaň pro vybraný projekt
10. Návrh nové webové prezentace v systému WordPress
11. Srovnání systémů Google Ads a Seznam Sklik
12. Analýza vývoje e-commerce v České republice
13. Vlastní téma po dohodě (s ohledem na zaměření studijního programu)

Ing. David Prantl, Ph.D.

1. Využití influencer marketingu na sociální síti TikTok
 - teoretický úvod do influencer marketingu, analýza českého trhu se zaměřením na TikTok, význam influencer marketingu a srovnání s jinými sociálními sítěmi, návrhy pro daný segment
2. Výzkum venkovní reklamy
 - rozvoj venkovní reklamy (se zaměřením na vybraný region), jak na lidi působí, parametry špatné a dobré venkovní reklamy z pohledu umístění, informací a vizuálního zpracování, doporučení pro daný segment

Ing. Tomáš Sadílek, Ph.D.

1. Podnikání ve venkovském maloobchodě
2. Nákupní chování spotřebitele na venkově
3. Analýza dat z pokladních systémů v maloobchodě
4. Hodnocení loajality s vybraným produktem či službou
5. Rodinné podnikání v maloobchodě
6. Hodnocení věrnostního programu vybrané společnosti
7. Družstva jako forma podnikání v maloobchodě
8. Měření spokojenosti s vybraným produktem či službou
9. Sociální podnikání (v retailu)
10. Vývoj nového produktu či služby a jeho testování
11. Vlastní téma po dohodě (s ohledem na zaměření studijního programu)

doc. Ing. Petr Štumpf, Ph.D.

1. Spotřební chování návštěvníků jako součást destinačního marketingu destinace
 - identifikace spotřebního chování návštěvníků vybrané destinace turismu a návrh marketingových opatření pro efektivní marketingovou komunikaci destinace
2. Spokojenost návštěvníků Karlovarského kraje jako klíčový faktor úspěšnosti destinace na trhu turismu
 - Identifikace faktorů ovlivňujících spokojenost návštěvníků destinace a vnímání kvality a kvantity nabídky vybrané destinace
3. Vlastní téma z oblasti marketingu služeb, atraktivit a destinací turismu

Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.

1. Vybraný výzkum v oblasti lázeňství a rozvoje turismu v Karlovarském kraji
 - spolupráce s Institutem lázeňství a balneologie)
2. Vybrané téma ve spolupráci s Hradem Vildštejn (Skalná)
 - vybrané aspekty marketingové komunikace, rozvoj edutainmentu, vybrané aspekty rozvoje destinace Skalná a okolí (mikroregionu)
3. Vybrané aspekty rozvoje destinace Cheb
 - analytické a koncepční aspekty rozvoje turismu
4. Česko-americká televize (www.catvusa.com)
 - zlepšení využívání komunikačních/PR nástrojů, realizace marketingové (internetové) komunikační kampaně, návrhy na optimalizaci webových stránek, PPC reklamní kampaně
5. Ochrana spotřebitele
 - transakční a další náklady jako faktor neuplatňování spotřebitelských práv, případně jiné aspekty ochrany spotřebitele, resp. management stížností jako zdroj konkurenční výhody
6. Proměny kupního chování zákazníků v kontextu současných i minulých krizí
 - především v oblasti lázeňství a turismu

Magistra Liuba Turchyn, kandidát ekonomických věd

1. Využití AI v marketingové komunikaci firmy
2. Vytváření Guerilla kampaně ve vybrané organizaci
3. Marketingový mix vybrané služby
4. Využití sociálních sítí jako nástroje marketingové komunikace společnosti
5. Využití oční kamery v marketingovém výzkumu