

## Témata bakalářských prací na KMO pro akademický rok 2024/2025

Studijní program: Marketingové řízení

Místo studia: Cheb

**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 síť – organizace, činnost, přínosy
6. Nákupní podmínky a chování zákazníků na českém venkově

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. Vlastní téma po dohodě (s ohledem na zaměření studijního programu)

doc. Ing. Dagmar Jakubíková, Ph.D. (e-mail: dagmar.jakubikova@seznam.cz )

1. Inovace marketingové komunikace města Chebu ve vztahu k návštěvníkům/turistům
2. Branding Chebska
3. Dynamické proměny v lázeňství
4. Implementace moderních technologií v obchodě
5. Využití potenciálu řeky Ohře pro rozvoj turistiky v Karlovarském kraji
6. Komerční využití hrázděných statků na Chebsku a Ašsku
7. Identifikace zajímavostí na Chebsku pro rozvoj cestovního ruchu
8. Vlastní téma po dohodě (s ohledem na zaměření studijního programu)

### 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)

### Ing. Lukáš Pichlík, MBA

1. Rozvoj turismu vybraného regionu ČR
2. Vliv stárnutí populace na turismus v ČR
3. Umělá inteligence v turismu – příležitost či ohrožení?
4. Využití influencerů v rámci destinačního managementu.
5. Destinace na sociálních sítích.
6. Tvorba produktu v turismu – trendy, přístupy, problémy
7. Vlastní téma po dohodě (s ohledem na zaměření studijního programu)

### Ing. Jan Tlučoř, 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](http://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

Ing. Eliška Vildová, Ph.D. (kontakt: [e.klatova@seznam.cz](mailto:e.klatova@seznam.cz) )

1. Rozvoj lázeňství v ČR
2. Management lázeňství ve vybraném regionu
3. Vztah Čechů k lázeňství a jeho význam pro cestovní ruch
4. Význam/přínos projektu „Great Spa Towns of Europe“ pro české lázeňství