

## Abstrakt

Jméno autorky:	Barbora Pauli
Instituce:	Univerzita Karlova v Praze, Fakulta humanitních studií, Pátkova 2137/5, 182 00 Praha 8 – Libeň
Obor:	Obecná antropologie
Název práce:	Obchodní domy a počátky konzumu v meziválečném Československu
Vedoucí práce:	Mgr. Filip Herza, Ph.D.
Počet znaků:	152.574
Rok obhajoby:	2021
Klíčová slova:	Obchodní dům, maloobchod, Brouk a Babka, Bílá labuť, meziválečné Československo, konzumerismus, konzument, reklamní teorie

Diplomová práce se zabývá obchodními domy v meziválečném Československu, počínaje rokem 1918, až do konce 30. let 20. stol. Na příkladu firmy Brouk a Babka popisuje důležité aspekty jejich fungování, které se v mnohém rozchází s tradičním pojetím maloobchodního prodeje. Strategie prodeje a reklamy, které zahrnovaly nejrůznější metody a prostředky, zpravidla v obchodní praxi zcela nové, nebo výrazně modifikované, měly za cíl získat velkou masu kupujících zákazníků, formovat jejich spotřební chování v duchu modernity, rychlosti a pokroku, a dlouhodobě si jejich zájem udržet. Ke zvýšení efektivity obchodního odvětví ve stejné době vybízely konkrétními doporučeními a osvětovou činností odborné kruhy. Práce sleduje, jak byla tato doporučení uváděna do praxe konkrétních obchodních domů, chápaných jako nejvyšší stupeň vývoje maloobchodu. Práce je rozdělena na čtyři kapitoly, první se věnuje historii prvních velkých obchodních domů na území Československa, druhá kapitola je věnovaná zákazníkovi, resp. zákaznici, z hlediska odborných diskuzí a představ samotných provozovatelů obchodních domů. Následují kapitoly věnované teoriím prodeje a reklamy, a jejich praktickému naplňování v rámci organizace obchodních domů. Pro analytické části práce byly využity dobové odborné texty, odborné i populární časopisy, propagační tisky firmy Brouk a Babka a reklama uveřejněná na stránkách denního tisku a magazínů.