

## **Abstrakt**

Cílem práce je probádat zatím jen okrajově popsanou éru dobového marketingu a poskytnout odpověď na otázku, zda se v komunikaci směrem k zákazníkovi projevoval strach z nového třídního rozdělení. Vycházím z předpokladu, že se do komunikace firem a jednotlivých aspektů marketingu vždy promítá doba a pohled majitelů. Součástí výzkumu bude také objasnění čistě praktického procesu návrhů marketingových materiálů a výběru komunikačních kanálů, které se výrazně lišily od toho, jak je známe dnes.