

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá problematikou public relations ve startupech. Cílem práce je identifikovat specifika public relations pro startupy, zejména ve srovnání s public relations pro tradiční korporace. Tímto práce začíná vyplňovat mezeru v akademickém zkoumání tohoto tématu, kterému se zatím nejen v České republice takřka nikdo nevěnuje.

Práci lze rozdělit na dvě hlavní části. V té první, teoretické, autor hledá základní definiční znaky startupů, popisuje jejich fungování a stručně představuje historický vývoj tohoto typu podnikání v České republice. Zároveň stručně představuje obor public relations, zejména jejich definici a možná dělení. V závěru teoretické části autor představuje zahraniční literaturu týkající se tématu public relations ve startupech. Zatímco v Česku se literatura tímto tématem nezabývá vůbec, ani v zahraničí ji není mnoho.

Druhá část práce, praktická, se zaměřuje na případovou studii společnosti Twisto, jednoho z prvních úspěšných českých startupů. Případová studie nejdříve představuje základní informace o společnosti, následuje kvantitativní analýza jejích mediálních zmínek a největší prostor je věnován hloubkovému rozhovoru s Janem Hustákem, PR manažerem Twista a majitelem PR agentury zaměřující se na startupy, jehož předmětem jsou public relations aktivity Twista a startupů obecně.

Práce je uzavřena diskusí nad poznatky z teoretické i praktické části s identifikací klíčových specifíků public relations pro startupy a sestavením základních doporučení.

Klíčová slova

public relations, marketing, komunikace, media relations, venture kapitál, startup

Název práce

Public relations v českém startupovém prostředí: případová studie společnosti Twisto