

## **Abstrakt**

Tato bakalářská práce se věnuje zkoumání vlivu propagace na změnu klientely lázní Priessnitz v Jeseníku. Práce zohledňuje počátky lázní a jejich historii a zaměřuje se konkrétně na období první republiky, analýzu značky a propagačních aktivit využívaných lázněmi. Úvodní část představí teoretické základy, které jsou relevantním prvkem pro praktickou část práce. Na základě těchto informací je představena analýza komunikačních a propagačních materiálů vydaných a používaných v období první republiky. Dále se teoretická část věnuje představení historického kontextu a nabízí přehled klíčových událostí od roku 1914 do zhruba roku 1919 a seznamuje čtenáře stručně s historií politické, hospodářské a sociální situace v nově vzniklém Československu. Následuje přehled historie lázeňství a výčet konkurenčních lázeňských zařízení v daném období na území ČSR, konkrétněji na pohraniční části Slezska a zároveň jsou představeny využití propagační materiály. Poté se práce zaměřuje na samotné lázně Priessnitz a analyzuje značku, komunikační a propagační aktivity a klientelu. Na základě uvedení časového kontextu a obsahové analýzy historických materiálů je zkoumáno, jak se v období zhruba 1918–1938 změnila klientela lázní v důsledku situace v novém státě, a to i díky propagaci a komunikaci značky.