

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá analýzou udržitelné komunikace v kávovém průmyslu, s důrazem na značky Nespresso a Starbucks, a zkoumá, jak jsou tyto iniciativy vnímány spotřebiteli. Teoretická část práce se zaměřuje na green marketing a kávový průmysl, přičemž identifikuje specifické výzvy v rámci udržitelnosti v tomto odvětví. Praktická část práce kombinuje dvě hlavní metody výzkumu: obsahovou analýzu sociálních sítí a kvantitativní výzkum formou dotazníkového šetření. Obsahová analýza sleduje udržitelnou komunikaci značek Nespresso a Starbucks na sociální síti Instagram, s cílem identifikovat, jaká témata a pomocí jakých klíčových slov značky udržitelnost komunikují a jaké jsou reakce uživatelů na tyto příspěvky. Kvantitativní výzkum pak zkoumá postoje a angažovanost veřejnosti vůči udržitelnosti v kávovém průmyslu a komunikačních iniciativách značek Starbucks a Nespresso. Výsledky výzkumu této práce pak mohou poskytnout značkám údaje o preferencích a očekáváních spotřebitelů ohledně udržitelnosti a její komunikaci v tomto odvětví.