

Abstrakt

Práce *Komparativní analýza marketingové komunikace vybraných řemeslných pivovarů v letech 2021–2023* se věnuje marketingové komunikaci minipivovarů v českém prostředí. Jejím cílem je formulovat návrh na zlepšení marketingové komunikace pro konkrétní vybrané minipivovary, ale také obecné doporučení pro všechny ostatní. Dosahuje toho pomocí výsledků obsahové analýzy tří nejlivnějších minipivovarů v České republice. V teoretické části se zabývá vývojem pivovarnictví na území České republiky a dosazuje tak do kontextu jeho současný stav a pozici minipivovarů v něm. Následně se věnuje komunikačním aspektům typickým právě pro minipivovary a představení bariér v marketingové komunikaci, se kterými si malé pivovary musí poradit. V praktické části se bakalářská práce věnuje samotné analýze komunikace vybraných minipivovarů, na jejíž základě jsou následně formulována doporučení pro zlepšení komunikace zkoumaných pivovarů, ale také obecná doporučení, kterými se mohou řídit i malé pivovary nezahrnuté ve výzkumu. Práce poskytuje cenný vhled do fungování minipivovarů na sociálních sítích a může sloužit jako základ pro budoucí výzkumy v této rychle se rozvíjející oblasti. Kromě toho, mohou správci sociálních sítí malých pivovarů využít tyto poznatky k lepšímu porozumění efektivitě placené reklamy a jejího dopadu na úspěch různých typů obsahu.