

Bakalářská práce "Kampaň Ministerstva dopravy "Nemyslíš? – Zaplatíš!" v letech 2008-2009" pojednává o dlouhodobé komunikační kampani Ministerstva dopravy ČR zaměřené proti agresivnímu a nebezpečnému provozu na pozemních komunikacích. Komunikační strategie stojí na třech pilířích, a to alkohol a psychotropní látky za volantem, agresivní a rychlá jízda a používání zádržných systémů. Pro lepší pochopení problematiky nastiňuje dopravní vývoj a dopravní situaci v ČR. Práce se též na začátku zabývá vymezením nekomerčního marketingu, v rámci něj pak sociálního marketingu a popisuje specifika tvorby sociálně marketingového plánu. Následuje případová studie kampaně, která nabízí základní charakteristiku, rozebírá jak její tvorbu, tak samotný průběh, typy jednotlivých výstupů a zvolené komunikační kanály. Dále se věnuje konsekvencím v médiích, k nimž tato, svého druhu jedinečná, kampaň vedla a v závěru hodnotí úspěšnost komunikace a dosažení plánovaných cílů, byť prozatím částečně vzhledem k faktu, že konec této kampaně je naplánován až na konec roku 2010.