

Název:

Využití PR při prezentaci značky v oblasti doplňků výživy

Anotace:

Bakalářská práce je rozdělena na dvě základní části – teoretickou a praktickou. Teoretická část definuje pojem značka a popisuje její hodnotu a přínos. V dalších kapitolách teoretické části jsou vymezeny pojmy sportovní marketing, sportovní reklama a public relations. Součástí této části práce je také charakteristika sdělovacích prostředků a způsobů komunikace s nimi. Praktická část se zabývá charakteristikou značky NUTREND a obsahuje také SWOT analýzu. Klíčovou částí praktické části je analýza PR činnosti společnosti, její porovnání s konkurenčními společnostmi v oboru a popis tvorby PR článku pro prezentaci značky. Cílem práce je zhodnotit přínos PR aktivit a PR článku pro prezentaci značky a předložit návrhy pro zefektivnění komunikace se sdělovacími prostředky za účelem vytvoření pozitivní image značky.

Klíčová slova:

- Značka;
- Public relations;
- Propagace;
- PR článek.