

## **Abstrakt**

Tato bakalářská práce se zabývá marketingovou komunikací společnosti Tesla se zaměřením na osobní branding Elona Muska. Tesla představuje fenomén současnosti nejen na poli elektromobility, ale i marketingu. Proto se práce snaží postihnout výjimečně inovativní přístup Tesly k marketingu, který oborová média často prezentují jako příkladný. A to především ve spojitosti s aktivitami vizionářského výkonného ředitele Elona Muska. Ten se stal díky velmi aktivní komunikaci na sociálních sítích a medializaci sledovanou tváří společnosti a zároveň jejím marketingovým kanálem.

První část práce uvádí a do kontextu zasazuje teoretické koncepty, z nichž marketingová komunikace Tesly vychází. Poté navazuje představení Tesly a její historie spolu s úvodními informacemi o Elonu Muskovi.

Praktická část se zaměřuje na deskriptivní analýzu marketingové komunikace společnosti s důrazem na osobní branding Elona Muska. Nejprve je zde představen ucelený obraz marketingové komunikace značky, která využívá úzkého propojení a návaznosti marketingových aktivit. Poté jsou prakticky rozvinuty jednotlivé zásadní oblasti komunikačních aktivit včetně shrnujícího zpracování SWOT analýzy.