

Abstrakt

Diplomová práce s názvem *Online a Offline nástroje efektivní interní komunikace investiční skupiny KKCG* přináší ucelený pohled na fungování interní komunikace s využitím Online a Offline nástrojů.

Práce je strukturována do tří částí. V teoretické části je definována interní komunikace a její zařazení do marketingového a mediálního prostředí včetně související terminologie. Práce dále mapuje Online a Offline média, spolu s konkrétními nástroji a na základě rešerše literatury je definována také efektivita interní komunikace a související trendy.

Praktická část je zaměřena na skupinu KKCG a na nastavení vlastní kaskádovité interní komunikace s reálnými příklady médií.

V metodologické části autorka popisuje a analyzuje výsledky kvalitativního výzkumu (strukturované rozhovory s odborníky interní komunikace firem ve skupině KKCG) a kvantitativního výzkumu (dotazníkové šetření aplikované na zaměstnance jednotlivých společností skupiny).

V závěru dochází ke komparaci výsledků z výzkumů a reflexi četnosti Online a Offline nástrojů. Dále je definována úroveň ekonomické efektivity jednotlivých společností a v neposlední řadě výzkum přináší odpovědi na hlavní výzkumné otázky, hypotézy a vedlejší zjištění.