

Anotace

Tato práce se věnuje volbám do PSP ČR 2017 se zaměřením na předvolební kampaně hnutí ANO a ČSSD. Práce si klade za cíl zjistit hlavní rozdíly v kampaních, které byly vedeny koaličními partnery z předchozího volebního období. Pro správné teoretické ukotvení tématu jsou v práci objasněny pojmy politická strana a politické hnutí, jejichž vymezení je podstatné pro účely této práce. Operováno je rovněž s teoretickými aspekty politického marketingu. Pro zjištění potřebných skutečností jsou předvolební agitace obou aktérů zasazeny do konceptu Daria Skrzypińskiego, který pojednává o čtyřech typech strategií, jež jsou v předvolebních kampaních obsaženy. Zmíněn je kontext celé předvolební situace 2017 pro srozumitelnější pochopení všech souvislostí konečné analýzy. Následné aplikování konceptu na postupy při tvorbě strategií poskytne požadované závěry na výzkumné otázky, které jsou v práci nastíněny. Analýza je provedena na všech čtyřech strategiích, které jsou v konceptu uvedeny s potřebou komunikační strategii modifikovat k aktuálním trendům politických kampaní. Závěrem jsou vykázány nejzřetelnější difference v rámci komparace kampaní obou zkoumaných subjektů.