

## **Abstrakt**

V první části práce obecně seznámím s marketingem, v jakém smyslu byl používán v amerických prezidentských volbách v roce 2016 konkrétními kandidáty nebo jejich volebními týmy, dále popíši negativní kampaň v politickém marketingu a ke konci první části práce doplním vysvětlení, jak důležitou součástí amerických prezidentských voleb byl právě Twitter. Druhá část práce bude mít za cíl analyzovat kampaň kandidáta republikánské strany podrobněji. Na vzorku 1458 twitterových příspěvků budu zkoumat, zda a jak používal Donald Trump negativní kampaň proti své protikandidátce Hillary Clinton a také posuzovat, v jaké míře se jeho nepravdivá tvrzení měnila v průběhu kampaně v konkrétních třech tématech. V práci je zkoumáno období od nominačního sjezdu 18. 7. 2016 do 8. 11. 2016, kdy se konaly americké prezidentské volby. V závěru své práce se pokusím na výzkumné otázky odpovědět.