

## **ABSTRAKT**

Diplomová práce na téma Komunikace vybraných subjektů v online a offline prostředí (na příkladu komunikace podniků České dráhy, RegioJet a Leo Express) má za cíl zmapovat komunikační aktivity zmíněných dopravců na online a offline mediálních platformách v českém prostředí. V teoretické části je vymezeno základní pojmosloví k analyzované problematice, konkrétně z oblastí komunikace, médií, marketingu a částečně také z pohledu lingvistiky. Praktická část obsahuje kromě metodologie také představení analyzovaných společností, Českých drah, RegioJetu a Leo Expressu a deskriptivní analýzu jejich prezentace, respektive komunikace na různých mediálních kanálech, a to pro každou ze zmíněných společností zvlášť. Dále se v praktické části nachází komparace společností na základě získaných výsledků z deskriptivní analýzy a popis doplňkové kvantitativní analýzy – dotazníkového šetření, kterého se zúčastnilo celkem 808 respondentů různého věku z celé republiky a má napomoci k získání ucelenějšího pohledu na zkoumané komunikační aktivity zmíněných dopravců, v tomto případě z pohledu zákazníků. Na konci praktické části jsou shrnuty a vyhodnoceny zjištěné výsledky a nachází se zde také z nich vycházející navržená doporučení – opět pro každou ze zkoumaných společností zvlášť.