

Abstrakt

Bakalářské práce se zabývá otázkou užívání sociálních sítí jako nástroje politického marketingu. Cílem této práce je analýza sociálních sítí v rámci politického marketingu českých politických stran a následně vytvoření obrazu využití politického marketingu na sociálních sítích v číslech. Jde o porovnání komunikace na sociálních sítích u různých českých politických stran. Práce je zaměřená na komunikaci českých politických stran na sociálních sítích v letech 2016-2019. V rámci této práce jsem se zabývala analýzou sociálních sítí vybraných českých politických stran; jsou to ANO, KSČM, ČSSD, SPD, Piráti, ODS, TOP 09 a STAN. Sběr dat probíhal pomocí webové stránky Zoomshpere.com. Je to web, který analyzuje sociální sítě a jednotlivé stránky na sociálních sítích. Je to nástroj pro správu, analýzu, monitoring i customer care na sociálních sítích. Hlavním závěrem práce je, že české politické strany následují mezinárodní trendy v otázkách politické propagace, komunikace a reprezentace. Komunikace českých politických stran na sociálních sítích se v průběhu let vyvíjí a strany jsou s každým rokem více aktivní.