

Diplomová práce se zabývá politickým marketingem vybraných politických subjektů na české politické scéně. Primárním cílem je analyzování a následná komparace politického marketingu hnutí ANO a strany TOP 09 před volbami do Poslanecké sněmovny v roce 2017 a hnutí ANO a koalice strany TOP 09 a hnutí STAN před volbami do Evropského parlamentu v roce 2019. Dílčím cílem práce je pochopení odlišnosti mezi parlamentními a evropskými volbami, tedy volbami prvního a druhého řádu, ale také pochopení odlišnosti ve financování volebních kampaní před zmíněnými volbami. Z pohledu metodologie je diplomová práce koncipována jako komparativní případová studie zkoumající dvoje rozdílné volby v České republice. Teoretická část práce představí politický marketing, vybraný model politického marketingu, volební kampaně a volby prvního a druhého řádu. V analytické části práce dojde k analýze volebních kampaní vybraných politických subjektů. Kampaně budou v závěru práce komparovány.