

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá komunikační strategií společnosti IKEA v oblasti CSR na českém trhu v letech 2019-2021. V teoretické části jsou ucelené teoretické podklady k tématu zaměřené na společenskou odpovědnost firem a komunikační strategii. Praktická část je již zaměřena na globální nábytkářskou společnost IKEA. Práce nejprve popisuje zvolené výzkumné metody. Dále nabízí krátké představení společnosti a její strategii v oblasti společenské odpovědnosti. Popsán je nejen její současný přístup, který shrnuje dokument „People & Planet Positive“ aktualizovaný v roce 2018, ale i cestu firmy do té doby. Následná analýza komunikační strategie ve zvoleném období předkládá podrobný popis 9 největších CSR kampaní, ale i menší témata z této oblasti komunikace. Součástí analýzy je i rozhovor s PR Leaderem IKEA Česká republika, Maďarsko a Slovensko, který pomohl ucelit obraz o přístupu firmy k CSR komunikaci. V závěru práce lze nalézt i výzkum formou dotazníkového šetření, které bylo vedeno za účelem zjištění názorů spotřebitelů na zkoumanou problematiku.