

Abstrakt

Tato diplomová práce se zaměřuje na dynamiku nation branding Indie, přičemž analyzuje transformaci přístupu Indie v souvislosti s globálními trendy, historickým vývojem a domácími výzvami. Práce využívá metodu process tracing, která umožňuje detailně sledovat příčinné vztahy a mechanismy ovlivňující vývoj indického image. Hlavním cílem práce je odhalit zásadní vnitřní a vnější faktory stojící za proměnou přístupu Indie k nation branding a zjistit, nakolik tyto změny nejen odrážejí indické hodnoty a zároveň rezonují s globálními očekáváními. Práce se zaměřuje na klíčové oblasti, které formovaly indický nation branding, včetně kampaní Incredible India a Make in India, vzdělávací diplomacie, zahraniční politiky, environmentálních a jaderných iniciativ, modernizace podnikatelského prostředí, investic do lidského kapitálu a technologického rozvoje. Analýza zkoumá, zda a jak tyto iniciativy přispěly k redefinici indického image. Výsledky ukazují, že přílišné zaměření Indie na moderní trendy vede k nedostatečnému řešení domácích problémů, které jsou sice identifikovány, ale opatření nevedou k naplnění stanovených cílů, což oslabuje důvěryhodnost prezentovaného obrazu země. Závěry naznačují, že úspěšný nation branding Indie musí vyvážit moderní globální ambice s řešením klíčových domácích problémů, což zajistí autentičnost a udržitelnost značky.