

Bakalářská práce s názvem "Komunikace Nadace Charty 77 Kontra Bariéry v roce 2008" pojednává o komunikaci organizací neziskového sektoru. Práce se nejprve zabývá specifiky kampaně a komunikace v marketingu neziskového sektoru oproti marketingu komerčnímu a sociálnímu. Zpočátku definuje vztah Nadace Charty 77 a jejího stěžejního projektu Kontra Bariéry a dále je celkově zaměřena na analýzu marketingové komunikace Nadace Charty 77 Kontra Bariéry v roce 2008.

Práce dále zmiňuje cíle komunikace, zvolenou cílovou skupinu, nástroje a použité komunikační kanály. Zabývá se podrobnou analýzou komunikačního mixu image kampaně Kontra Bariéry a rozebírá jeho uvedení v TV, rádiu, tisku, CLV a na internetu.

V druhé části práce jsou zmíněny ostatní komunikační a PR aktivity a jejich komunikace. Určitý prostor je také věnován charakteristice a přínosům práce public relations a jejich důležitosti pro komunikaci neziskových organizací.

Na závěr je zhodnocení celkové komunikace projektu Kontra Bariéry v roce 2008 a uplatnění nástrojů marketingu neziskového sektoru v komunikaci projektu a několik návrhů na jeho zkvalitnění.