

Bakalářská práce „Marketingové aktivity firmy Mountfield v letech 2008 a 2009 s důrazem na Kolo štěstí“ pojednává o marketingových aktivitách firmy Mountfield, která se zabývá prodejem zahradní techniky převážně na českém trhu. V práci jsou vymezeny a podrobně popsány základní pojmy marketingové komunikace, které jsou následně aplikovány na konkrétní aktivity firmy Mountfield. Hlavní část práce se zabývá nejviditelnější a nejdiskutovatelnější částí kampaně firmy, což je tzv. „Kolo štěstí“. Tato aktivita je zde rozebírána také z hlediska etických aspektů.