

Abstrakt

Bakalářská práce „Marketingová komunikace Evropy 2 za rok 2011“ pojednává o rádiu Evropa 2 jako subjektu na rozhlasovém trhu a zároveň se věnuje jeho komunikačním aktivitám, kterými se v roce 2011 prezentovalo. Cílem práce je tak vytvořit ucelený obraz o těchto aktivitách a pozici rádia na trhu. Práce je strukturována do tří hlavních kapitol, přičemž nejprve se věnuje teoretické části, kde je popsáno zázemí stanice, její historie a také charakteristika, včetně programové struktury, poslechovosti a cílové skupiny Evropy 2, ale i SWOT analýzy, která objektivně i subjektivně identifikuje silné a slabé stránky, příležitosti a možná ohrožení rádia. Dále následuje samotný rozbor marketingové komunikace, popis jednotlivých komunikačních kanálů stanice, ale i představení nejvýznamnějších osobností, které jsou pro její image klíčové. Součástí této práce je i analýza jednotlivých vizuálů a televizních spotů, které byly uvedeny během největších kampaní minulého roku. V rámci praktické části je uvedeno i zhodnocení marketingové komunikace jako celku, které nastiňuje i možná zlepšení propagace rádia.