

Bakalářská práce "Marketingová komunikace značky Brit v letech 2010 – 2011" popisuje marketingovou komunikaci značky Brit, vyrábějící prémiová krmiva Brit Premium a superprémiová krmiva Brit Care pro psy a kočky, na českém trhu v posledních dvou letech. Práce obsahuje základní informace o firmě Vafo, která značku Brit vlastní, dále se zabývá profilem (podstatou a identitou) značky, jejím umístěním na trhu produktů a konkurenčními značkami (Proplan, Eukanuba, Royal Canin a Hill's). Druhá část práce se věnuje marketingové komunikaci, která mimo jiné zahrnuje deskripci marketingového mixu značky. Třetí část je zaměřena na komunikační mix a zahrnuje popis tištěné reklamy, on-line komunikace (webových stránek a Facebooku), podpory prodeje (soutěží, měsíčních akcí), veletrhů, výstav a PR aktivit (sponzorství, dárcovství, publicity, media relations, eventů a materiálů corporate identity) značky Brit. Předposlední část je určena srovnání s komunikačními aktivitami konkurence, konkrétně se značkami Hill's a Pedigree. Závěrečná část práce hodnotí současnou komunikaci značky Brit a navrhuje možné komunikační aktivity do budoucnosti. Na práci byla aplikována metoda deskriptivní analýzy.