

## **Abstrakt**

Bakalářská práce s názvem *Zavedení společné evropské měny na Slovensku – vládní komunikační kampaň* se zabývá formou politické komunikace vlády Slovenské republiky v čele s premiérem Robertem Ficem směrem k občanům - v souvislosti se zavedením eura k 1. 1. 2009. Práce popisuje a hodnotí jednotlivé nástroje a komunikační aktivity použité PR agenturou v rámci vládní komunikační kampaně, a její následné zacílení na jednotlivé cílové skupiny. Informační kampaň probíhala od počátku roku 2008, přičemž hlavní pozornost je věnována nejintenzivnější části kampaně v druhé polovině roku 2008. Informační kampaň byla již od počátku realizace konfrontována s kritickými hlasy z řad opozice, kterým byl dáván ve slovenských denících, již tradičně sympatizujícími s pravicovými stranami politického spektra, velký prostor. Cílem bakalářské práce je pomocí výsledků pravidelných výzkumů veřejného mínění Slovenského statistického úřadu zhodnotit efektivnost informační kampaně - zda byla komunikační strategie slovenské vlády zvolena vhodně, a zda se podařilo obyvatele státu dostatečně kvalitně informovat o přechodu na euro a vymýtit tak obavy, které byly se změnou měny úzce svázány.