

Cílem bakalářské práce „Marketingové aktivity Euromedia Group v letech 2011–2013“ je představení marketingové komunikace jednoho z největších nakladatelství v České republice Euromedia Group. Společnost vlastní také celostátní distribuční společnost, díky které expeduje tituly do všech domácností, knihkupeckých sítí, obchodních řetězců či ke knihkupcům, a také jeden z největších čtenářských klubů u nás. V úvodu práce je představena společnost včetně její historie a pravidel členství v Knižním klubu. Následující kapitoly se zabývají marketingovými aktivitami. Jejich součástí jsou péče o stávající členy, nábor nových členů či knižní akce pro veřejnost. Součástí je i téma podpory domácích autorů a s ním související Literární cena Knižního klubu. V závěru práce je rozebrána propagace knižních titulů v různých médiích.