

Abstrakt:

Tato bakalářská práce se zabývá komunikační strategií, kterou využívají tvůrci reklam v tiskovinách pro rodiče malých dětí. V první části jsou představena teoretická východiska týkající se reklamy obecně, nejen z hlediska marketingu, ale i z jazykové stránky. Ve druhé části je provedena analýza nasbíraného materiálu a zjištěny prostředky, které jsou k dané komunikační strategii použity. Jedná se o prostředky verbální (slovo) i neverbální (grafická stránka reklamy). Popis je doplněn komplexní analýzou několika reklamních textů, na kterých je zobrazeno celkové působení dané strategie.