

Abstrakt

Předkládaná bakalářská práce Komunikační strategie neziskové organizace UNICEF na sociálních sítích se věnuje tématu využívání sociálních sítí v neziskovém sektoru. Konkrétně se jedná o komunikační strategii neziskové organizace UNICEF na sociální síti Facebook. Práce je rozdělena na teoretickou a analytickou část.

Teoretická část práce se věnuje pojmům z marketingového prostředí, novým médiím a sociálním sítím. V práci jsou dále stručně popsány principy tvorby komunikační strategie, technologie Webu 2.0 a charakteristika komunikačního modelu many-to-many. V této části práce jsou obecně charakterizovány neziskové organizace, jejich vybrané právní formy a zájmové skupiny.

Analytická část je vlastním výzkumem dané sociální sítě ve vybraném období. V rámci analýzy jednotlivých příspěvků je sledováno používání moderních nástrojů, a to především hypertextových odkazů a hashtagů. Cílem práce je mimo jiné zjistit, jak jsou tyto nástroje v rámci komunikační strategie organizace používány. Pomocí kvantitativní obsahové analýzy jsou sledovány i další proměnné doplňující celkovou charakteristiku komunikační strategie organizace.