

Abstrakt

Bakalářská práce „Moderní metody politické komunikace v prezidentské kampani K. Schwarzenberga: Fundraising, dobrovolnictví, endorsement“ se zaměřuje na specifické metody ve volebních kampaních. V první části jsou fundraising, dobrovolnictví a endorsement definovány v kontextu politické komunikace a marketingu. Dále jsou popsány důvody k jejich využití a způsoby jejich exekuce a následné komunikace. Na konci první části práce stručně shrnuje jejich dosavadní aplikaci v prostředí českých volebních kampaní. V hlavní části práce jsou s využitím primárních a sekundárních zdrojů jednotlivě analyzovány metody fundraisingu, dobrovolnictví a endorsementu v prezidentské kampani Karla Schwarzenberga z přelomu let 2012 a 2013. V oblasti fundraisingu práce analyzuje způsob komunikace a složení finančních darů z hlediska jejich výše. Dále zkoumá, zda došlo k posunu k popsané praxi ze Spojených států. Z hlediska dobrovolnictví se práce zabývá především akvizicí dobrovolníků a individuálních podporovatelů, interní komunikací a komunikací dobrovolníků s voliči. Zároveň práce předkládá důvody, které vedly k plošnému využití endorsementu v kampani Karla Schwarzenberga.