

Abstrakt

Tato práce se zaměřuje na popis způsobu mediální propagace společnosti Canon od jejího vzniku v České republice po současnost. První část práce osvětluje historii značky Canon ve světě, popisuje portfolio produktů značky a její významnou konkurenci. Dále se práce pozastavuje u historie společnosti Canon CZ, která je přímým zastoupením společnosti Canon Inc. v České republice. V další části práce se přes stručné vysvětlení teorie médií dostaneme k popisu způsobů propagace obchodní společnosti v médiích. Jsou zde vysvětleny pojmy ATL, BTL, online média, public relations a sponzoring. V další části se dostáváme k jádru práce, tedy k analýze používání výše zmíněných způsobů propagace přímo společnostmi Canon CZ. Tato analýza je rozdělena do několika období v rámci působení společnosti Canon v České republice. V závěru práce jsou stručně uvedeny výsledky prodejů společnosti Canon na českém trhu. Součástí práce jsou také dva výzkumy, kterými jsou kvantitativní obsahová analýza a dotazníkové šetření.