

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá firemními časopisy, konkrétně těmi, které jsou zacíleny na zákazníky. Mezi zákaznická firemní periodika patří i vybraný časopis ČiliChili. Ten je v práci zkoumán z hlediska marketingové a mediální komunikace. Práce shrnuje historii a současnou situaci na poli firemních periodik, dostupnou literaturu a teorii. Metodickým východiskem práce je kvantitativní obsahová analýza a kvalitativní metoda - metoda orální historie. Analýza se zabývá převážně propojováním redakčního a marketingového obsahu. U časopisu je zkoumaná její redakční část – rozsah příspěvků, textu a obrazové struktury, témata, přítomnost marketingových nástrojů, jejich vyznění a podobně. Práce také zkoumá trendy časopisu od roku 2004 do roku 2016. Metoda rozhovoru s pamětníky doplňuje práci o jinak nedostupné informace. Výsledky kvantitativní analýzy jsou v závěru shrnuty společně s informacemi získanými rozhovory s pamětníky.