

Bakalářská práce se zabývá marketingovou komunikací vybraných značek z portfolia Pivovary Staropramen s.r.o. – Staropramen, Braník, Stella Artois a Staropramen Cool. V první části se nachází ukotvení teoretického rámce, který se zaměřuje na vymezení základních pojmů jako značka, marketingová komunikace, marketingový mix a komunikační mix. Představím zde firmu Pivovary Staropramen a její historii. V praktické části provedu analýzu positioningu, cílových skupin a marketingového mixu vybraných značek piv z portfolia firmy a provedu výzkum, který ukáže, co si zákazníci o jednotlivých značkách myslí a jaké o nich mají znalosti.