

Diplomová práce „Marketingová komunikace HYPO stavební spořitelny 2007/2008“ pojednává o aktivitách marketingové komunikace HYPO stavební spořitelny od března 2007 do března 2008. Cílem práce je popsat jednotlivé aktivity marketingové komunikace tohoto subjektu a dále analyzovat cíle jeho marketingové komunikace. Hodnotí vliv komunikační strategie na vnímání subjektu veřejností.