

Predmetom bakalárskej práce "Kampaň "Vše co můžu" a jej komunikačná stratégia" je analýza kampane zameranej na propagáciu vakcíny Silgard, ktorá znižuje riziko ochorenia na rakovinu krčka maternice. V Českej republike bola realizovaná spoločnosťou Merck Sharp & Dohme IDEA, Inc (MSD). V prvej kapitole práca predstavuje spoločnosť Merck & Co, Inc., výrobcu uvedenej vakcíny, a jej dcérsku spoločnosť MSD. Nasleduje stručné uvedenie príčin spomínaného ochorenia a možnosti prevencie. V druhej kapitole sa práca zameriava na popis cieľov kampane, cieľovej skupiny a konkurencie, ktorou je spoločnosť GlaxoSmithKline, výrobca vakcíny Cervarix. Tretia kapitola rozoberá časti marketingového mixu, a to z dvoch hľadísk – komerčného a nekomerčného. Napriek tomu, že kampane farmaceutických spoločností majú predovšetkým komerčný charakter, nemôžeme opomenúť ich osvetovú funkciu. Štvrtá kapitola popisuje komunikačné nástroje zvolené pre kampaň. Záver práce je venovaný analýze a zhodnoteniu týchto nástrojov i samotnej kampane. Súčasťou práce sú aj výsledky získané z realizácie vlastného prieskumu.