

Diplomová práce „Marketingová komunikace Citibank v letech 2008 - 2009 se zaměřením na venkovní reklamu a komunikaci událostmi“ pojednává o marketingové komunikaci banky Citi v České republice v uvedeném období. Jejím cílem je popsat a srovnat východiska, cíle, použitá média a vizuální zpracování reklamních materiálů v komunikačních kampaních; důraz je kladen též na korelace sdělení s identitou značky, která je zevrubně popsána v úvodní části práce. Nedílnou součástí je výzkum, jehož cílem je otestovat povědomí veřejnosti o značce a vybrané vizuály kampaně k ověření efektivity komunikace.