

## Abstrakt

Cílem diplomové práce je zmapovat způsoby využití sociálních médií ve volební kampani. Teoretická část zahrnuje základní koncepty politického marketingu, stručnou charakteristiku sociálních médií a jejich nejdůležitějších sociokulturních aspektů, dále popisuje specifika volebních kampaní v prostředí sociálních médií a stanovuje několik zásad pro jejich úspěšné vedení. Praktická část se sestává z případových studií kampaní stran Strany zelených a TOP 09 k českým parlamentním volbám 2010. Zkoumá způsob, jakým obě strany vedly kampaň v prostředí sociálních médií a nakolik toto jejich úsilí odpovídalo zásadám popsaným v teoretické části, s důrazem na oslovování prvovoličů a nejmladších voličů.