

## **Abstrakt**

Bakalářská práce Marketingová komunikace KDU-ČSL ve volbách do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky v květnu 2010 analyzuje komunikaci strany KDU-ČSL před těmito volbami. Práce rozebírá v první části stranu jakožto značku, její pozici na politické scéně, její voličskou obec, program, působení a další atributy. Další část je věnována nejen předvolební kampani, ale také veškeré ostatní komunikaci v předvolebním období; tato kapitola je rozdělena podle rozličných komunikačních kanálů. Následuje zhodnocení komunikace a možné důvody, proč KDU-ČSL nebyla v příslušných volbách úspěšná. Práce také obsahuje doporučení, která by v budoucnu mohla pomoci k lepšímu volebnímu výsledku a k návratu do Poslanecké sněmovny, včetně návrhů na vhodná komunikační témata.