

## **Abstrakt**

Bakalářská práce „*Komparace marketingové komunikace CK Trip a CK Kudrna*“ popisuje a analyzuje marketingové nástroje a aktivity cestovních kanceláří Trip a Kudrna. Cílem je komparace marketingové komunikace obou subjektů. Porovnávané prvky demonstruje na základě marketingového mixu, komunikačního mixu, SWOT analýzy a corporate identity. Nejvýznamnějšími analyzovanými komunikačními nástroji jsou internetové prezentace cestovních kanceláří a jejich tištěné katalogy. Předmětem této práce je marketingová komunikace, která však vychází z celého charakteru organizací a je vázána na historii, nabízené produkty a služby, firemní kulturu atd. Z důvodu lepší analýzy situace se tedy práce zabývá i těmito oblastmi.