

## **Abstrakt**

Bakalářská práce na téma *Kampaň společnosti Veolia Voda „Čerstvá kohoutková? Stačí říct!“* se zabývá rozбором kampaně zaměřené na propagaci kohoutkové vody v restauracích. Cílem je představit komunikační aktivity a kreativní zpracování projektu a také ukázat na základě výzkumu vnímání kampaně očima restauratérů z vybraných pražských gastronomických podniků zapojených do projektu. Důraz je kladen především na popis marketingového a komunikačního mixu kampaně s použitím deskriptivní metody, zdůrazněny jsou však také souvislosti tématu propagace kohoutkové vody s ekologickou problematikou konzumace balených vod a problematikou související s pitnou vodou obecně. Nastíněna je i situace ohledně podávání kohoutkové vody v restauracích v zahraničí. Součástí práce je také obraz kampaně v českých médiích a závěrečné zhodnocení.