

Abstrakt

Tato diplomová práce se zaměřuje na téma praktické využití sémiotiky v marketingu a její aplikací na vybrané kampaně netradičního marketingu v rámci České republiky. Hlavní důvod pro výběr tohoto tématu je zmapování možností použití sémiotiky v neustále se vyvíjející oblasti marketingu, která v České republice ještě nemá vybudované své pevné základy. Sémiotika je interdisciplinární obor, jehož aplikovatelnost pro praxi je široce možná, avšak stále dostatečně nevyužitá. Práce představuje náhled do obou zmiňovaných oborů, ukázky možností jejich propojení a využití s přihlédnutím k situaci současného člověka, jako účastníka konzumní společnosti ovlivněného všudypřítomným reklamním sdělením, kterým je obklopen.

Klíčová slova

Sémiotika, marketing, aplikovaná sémiotika, sémiotika v marketingu, znak, netradiční marketingové techniky.