Předmětem bakalářské práce *Komunikační aktivity společnosti Tchibo v letech 2013-2014* je popis vybraných komunikačních aktivit této firmy, která je v České republice známá především jako prodejce kávy. V poslední době se ale snaží komunikovat primárně svůj sortiment spotřebního zboží, a to pomocí všech nástrojů komunikačního mixu. Cílem práce je popsat a zanalyzovat hlavní kanály, pomocí kterých tato komunikace probíhá, a v případě potřeby navrhnout určitá zlepšení do budoucna. Kromě toho práce obsahuje primární výzkum, s jehož pomocí hodnotí, jak je společnost vnímána mezi populací České republiky a jestli se její komunikace nějak odráží a podepisuje na jejich názoru na Tchibo. Vzhledem k tomu, že společnost Tchibo je zatím známější jako prodejce kávy, práce se kromě sektoru spotřebního zboží věnuje i kávovému sektoru a novinkám v něm, poněvadž tvoří velkou část komunikace.