

**Název práce:**

Propagační strategie sportovních vozů Škoda

**Název práce v angličtině:**

Promotion strategies of Skoda sports cars

**Cíle práce:**

Analýza propagačních strategií sportovních vozů na trhu v České republice. Navrhnout vzor pro reklamní kampaně sportovních vozů. Navrhnout, jak lépe propagovat sportovní vozy.

**Metoda:**

V práci jsem použil metody kvantitativního a kvalitativního sběru údajů.

**Výsledky:**

Navrhují hodnocení komunikačních účinků reklamních kampaní. Navrhují model propagační strategie sportovních vozů s využitím různých komunikačních médií.

**Klíčová slova:**

reklama, marketing, značka, produkt, sportovní automobil, komunikace, image

## **Abstrakt**

Ve své práci se zabývám tématem propagace sportovních vozů Škoda. Nejprve jsem zpracoval teoreticko-metodologická východiska. Z těchto podkladů poté vychází analytická část, ve které jsem rozebral jednotlivé reklamní kampaně již existujících sportovních vozů Škody. V úvodu syntetické části jsem navrhl model, podle kterého by se mohla hodnotit daná reklamní kampaň na tyto vozy. V druhé části syntetického celku je uveden mnou navržený vzor - model - pro případnou propagační strategii sportovních vozů v ČR. Z něj by poté mohla být odvozena konkrétní reklamní kampaň na nově uváděný sportovní vůz na trh.

## **Abstract**

In my thesis I have done a research of the promotion strategies of Skoda sports cars. The theoretical and methodological aspects are depicted at the beginning of the work. They serve as a base of the following analytical part. The individual advertising campaigns are analyzed in that part as well. A pattern for evaluation of sports cars advertising campaigns is presented in the synthetic part. My main contribution was to design a pattern for possible specific promotion strategy. This model can be applied to specific advertising campaign of a new presented sports car.