

Abstrakt

Hlavním tématem této bakalářské práce je marketingová komunikace módního domu Burberry. Cílem práce je analyzovat jednotlivé komunikační kanály a jejich specifika, která značku odlišují od ostatních. V teoretické části se autorka zabývá módním marketingem a představením značky, včetně historického pozadí, marketingového mixu a SWOT analýzy. V praktické části pak autorka analyzuje offline a online komunikační aktivity. V této části se věnuje přístupu značky například k in-store marketingu, eventům nebo sociálním sítím. Součástí práce je také stručné porovnání facebookového profilu značky Burberry a na trhu obdobně postavené značky Chanel.