

## **Abstrakt**

Tato práce analyzuje volební kampaně šesti stran a hnutí (ANO 2011, ČSSD, TOP 09, ODS, KSČM, KDU-ČSL) a jedné koalici (SPD-SPO). Cílem diplomové práce je analýza volebních kampaní před volbami do krajských zastupitelstev, které se konaly 7.10. – 8.10.2016. Z hlediska metodologie byl v diplomové práci uplatňován kvalitativní výzkum. První část práce je zaměřena na politický marketing, který byl využit v krajských volbách v roce 2016. Druhá část práce pojednává o kampaních pěti stran jednoho hnutí a jedné koalici. Politické strany využily v rámci kampaní různé formy politického marketingu. Volby do krajských zastupitelstev neměly jedno zásadní téma, které by sjednotilo celé politické spektrum. Dokonce ani v rámci opozice nebylo nastoleno jediné sjednocující téma spojující opozici proti vládě. Každá politická strana si vybrala své dílčí téma. Všechny strany měli centralizovanou kampaň. ČSSD, KDU-ČSL a TOP 09 měly kampaň centralizovanou částečně. Rozpočty politických stran byly od 16 do 111 miliónů. Nejméně investovala do voleb koalice SPD-SPO a nejvíce hnutí ANO 2011.