

Anotace

Tato diplomová práce se zabývá prolínáním žurnalistického a marketingového obsahu na příkladu společnosti Ambiente Restaurants, konkrétně jejího firemního blogu Jídlo a radost, který v roce 2015 vznikl primárně k propagačním účelům.

Hlavním cílem této diplomové práce je zjistit, jaké postupy při tvorbě obsahu redakce blogu Jídlo a radost používá, odkud redaktoři blogu získávají informace a zdali je jejich redakční rutina srovnatelná s tou v klasických vydavatelských domech. Zároveň práce zkoumá, kdo čtenáři blogu Jídlo a radost jsou, jak vnímají obsah, který společnost Ambiente Restaurants publikuje, zdali je pro ně blog Jídlo a radost primárním zdrojem informací o gastronomii a zdali informacím z blogu důvěřují.

Praktická část této diplomové práce obsahuje smíšený výzkum, který uplatňuje dvě výzkumné metody. První je kvantitativní metoda dotazníkového šetření, ve kterém byli dotazováni čtenáři blogu Jídlo a radost. Druhá je metoda kvalitativní, a to konkrétně polostrukturovaný rozhovor s vedoucí komunikace společnosti Ambiente Restaurants Šárkou Hamanovou.

Data z výzkumu této diplomové práce byla použita pro zodpovězení pěti hlavních výzkumných otázek.