

Tato kvalifikační práce má za cíl zjistit motivace vybraných startupů k využití strategické komunikace, především public relations (PR), a analyzovat jejich mediální obraz. Opírá se o teoretickou část práce, která se zabývá startupy, jejich ekosystémem, strategickou komunikací a public relations. Práce se soustředí na tři výzkumné otázky: Jaké komunikační cíle si technologické startupy stanovují při využívání PR? Plní se technologickým startupům prostřednictvím PR komunikační cíle? A rozumí startupy PR a začleňují je do své byznysové strategie? Metodologická část stanovuje také hypotézy a popisuje použité metody výzkumu, které zahrnují rozhovory s představiteli startupů a analýzy mediálního obrazu těchto subjektů.