

ABSTRAKT

Diplomová práce se zabývá krizovou komunikací firmy vedenou skrze sociální média. Hlavním cílem je popsat a analyzovat určující oblasti a procesy spojené s krizovou komunikací. Další témata se věnují formám reakcí ze strany firmy, analýzy publika v sociálních mediích nebo role public relations agentur. Platforma sociálních médií je srovnávána s tradičními médii. V době krize mají tyto komunikační kanály odlišné dopady na celkové vnímání krizové komunikace. Takové srovnání nabízí výzkumy, jejichž výsledky jsou v práci diskutovány.

Pomocí praktických příkladů jsou předložena hodnocení a doporučení pro efektivní a vhodná řešení krize v sociálních mediích. Vyhodnocování praktických příkladů je podpořeno tematickou analýzou a analýzou nálad.