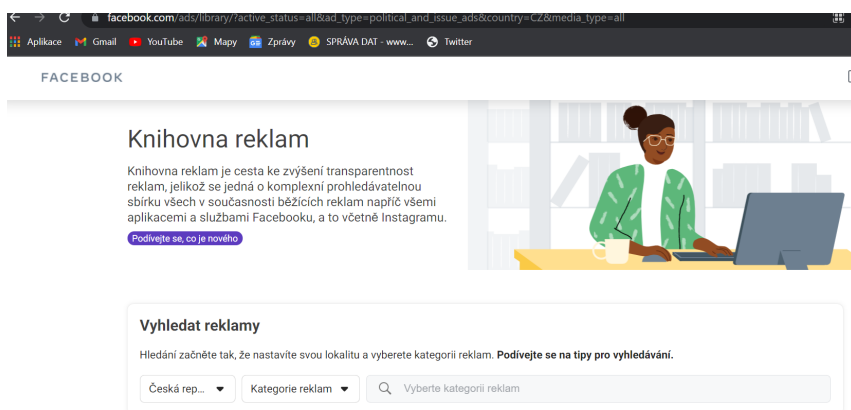


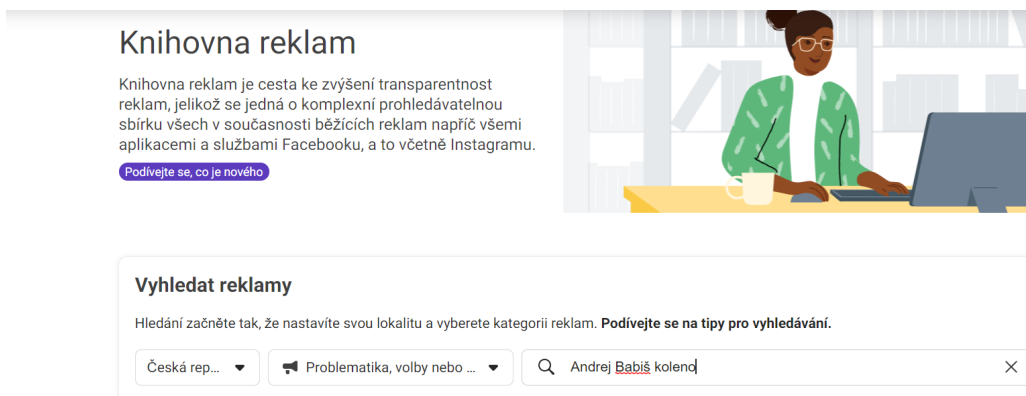
## Volby a politický marketing - Jak souvisí volby s koleny a horoskopy

### 1. Analýza marketingového sdělení

#### 1. Otevřete si stránku knihovna reklamy na Facebooku



#### 2. Zatrhněte kategorii reklam “problematika, volby nebo politika” a do vyhledávacího pole napište Andrej Babiš koleno



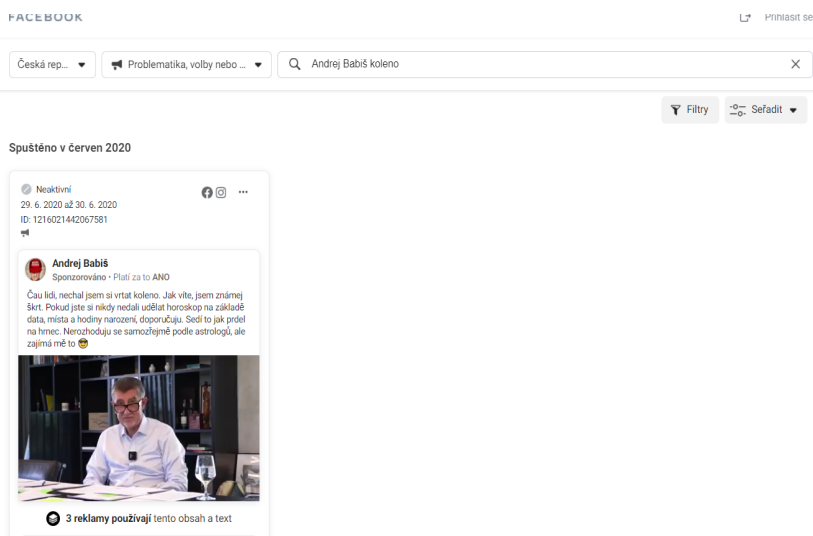
#### 3. Na stránce dole se vám zobrazí následující:

Tento výukový materiál vznikl za podpory:



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
OP Praha – pól růstu ČR





Přečtěte si text.

1. Jaký dojem ve vás vyvolal? Vyjádřete ho jedním slovem.
  2. Jedná se o politickou reklamu. Kdo ji platil?
  3. Jaké politické sdělení je v textu obsaženo?
  4. Jaká jiná sdělení jsou v textu obsažena?
    - 1
    - 2
    - 3
  5. Jaký je důvod těchto sdělení? Proč byla napsána?
  6. Na stránce atlascechu.cz vyhledejte, kolik lidí čte horoskopy, ale nevěří jim.
  7. Silným nástrojem marketingu je slogan nebo ustálený výraz, obrat, který je neomylně spjat s produktem. Např. v devadesátých letech všichni věděli, že výraz "To je másličko" se vztahuje na rostlinný tuk Rama.

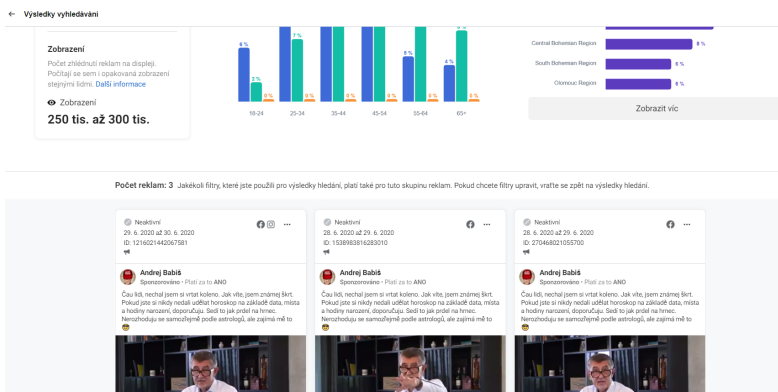
Využívají takových obrátů marketéři Andreje Babiše?  
Znáte nějaké jiné obraty, které si automaticky spojíte s politikem nebo politickou stranou?
  8. Jakým jazykem je text napsán? Proč?
  9. Proč je na konci textu smajlík?
4. Rozklikněte položku "zobrazit souhrnné podrobnosti" pod reklamou. Zobrazí se vám, na koho, kde a v jakém objemu reklama cílila. U všech tří verzí si poznačte:
1. dva nejvíce targetované (reklamou cílené) regiony
  2. targetované uživatele (věk a pohlaví)

Tento výukový materiál vznikl za podpory:



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
OP Praha – pól růstu ČR



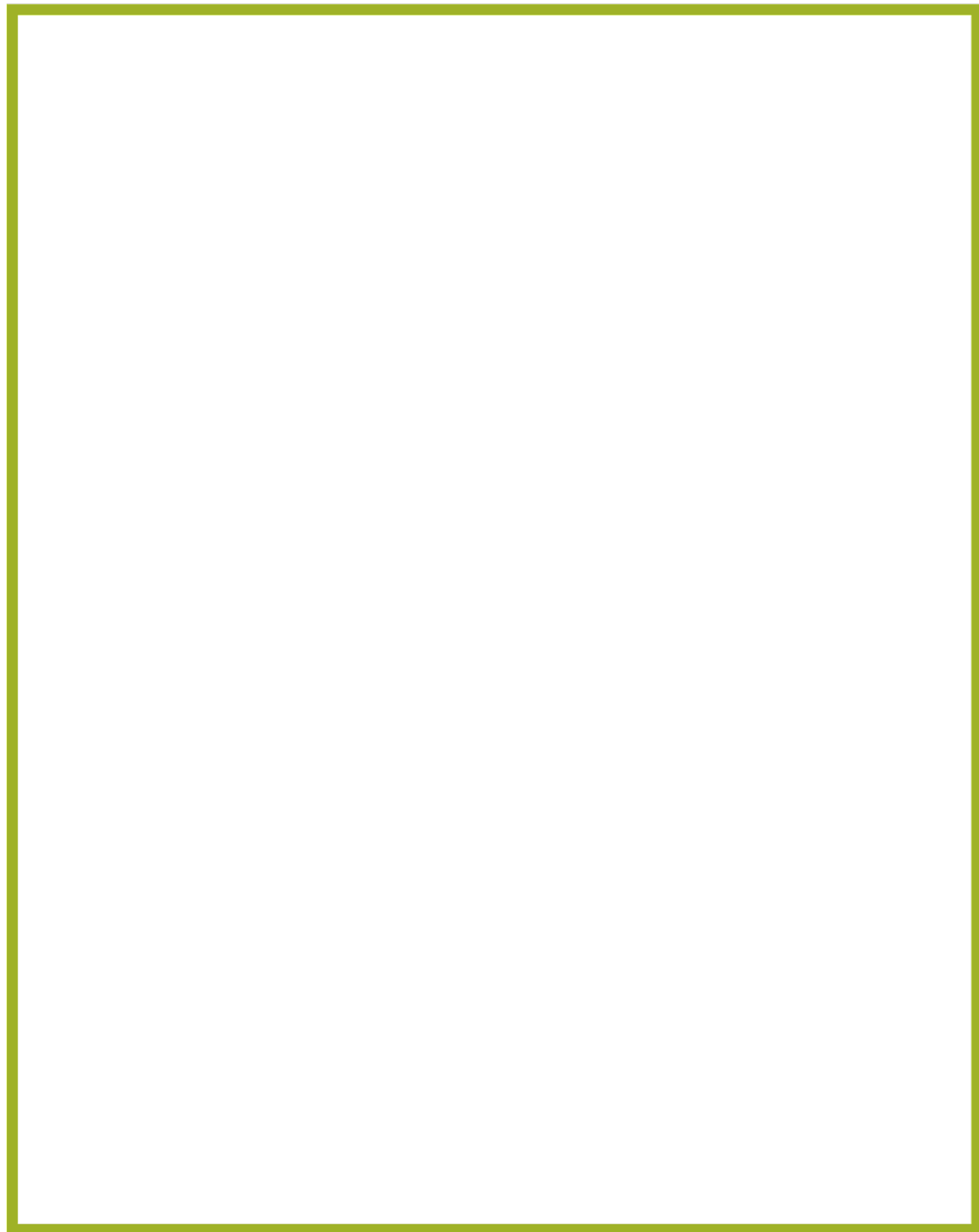


## 2. Srovnání s dalšími politickými subjekty

Na stránce pracujte s vyhledávačem a filtrem data. Vždy zatrhněte celý **červen 2020 (1.-30.6.2020)** (chceme zjistit, kteří politikové vytváří s voliči dlouhodobý vztah, dělají permanentní kampaň).

1. Kolik placených reklam má od **ANO Andrej Babiš**?  
Textové informace jsou spíše soukromého nebo politického charakteru?  
Jedná se o politiku spíš domácí nebo zahraniční?
2. Kolik placených reklam má od **SPD Tomio Okamura**?  
Textové informace jsou spíše soukromého nebo politického charakteru?  
Jedná se o politiku spíš domácí nebo zahraniční?
3. Kolik placených reklam má za **ODS Petr Fiala** (stačí zhruba. Pozor, kdo post platí)  
Textové informace jsou spíše soukromého nebo politického charakteru?  
Jedná se o politiku spíš domácí nebo zahraniční?
4. Za **ČSSD Jan Hamáček** (stačí zhruba. Pozor, kdo post platí)  
Textové informace jsou spíše soukromého nebo politického charakteru?  
Jedná se o politiku spíš domácí nebo zahraniční?
5. Kolik placených reklam měl v daném období **jakýkoli jiný politik dle tvého výběru**?  
Textové informace jsou spíše soukromého nebo politického charakteru?  
Jedná se o politiku spíš domácí nebo zahraniční?

**3. Shrnutí. I když je ti to pravděpodobně proti srsti, napiš zde shrnutí o marketingových strategiích jednotlivých lídrů politických stran. Nezapomeň vyjádřit svůj názor na jejich úspěšnost.**



Tento výukový materiál vznikl za podpory:



EVROPSKÁ UNIE  
Evropské strukturální a investiční fondy  
OP Praha – pól růstu ČR

