



## **Abstract**

### **New religious movements in the contemporary marketing communication world**

#### **Nová náboženská hnutí ve světě soudobé marketingové komunikace**

Studie uvádí čtenáře do problematiky marketingové komunikace a nových náboženských hnutí v České republice. Pojmově se vyrovnává s jejich zdánlivou neslučitelností a vybrané náboženské organizace analyzuje z hlediska marketingového mixu – produktu, místa, komunikace a ceny. Na konci každé podkapitoly jsou pro ilustraci rozdílu mezi „tradičním“ a „novým“ krátce nastíněny i některé křesťanské církve.

The study provides readers into issues of marketing communication and new religious movements in Czech Republic. It makes clear with their apparent incompatibility and analyzes selected religious organizations from marketing mix perspective – product, place, communication and price. At the end of each chapter are for examples of differences between „traditional“ and „new“ briefly analyzes some Christian Churches.