**Annotation:**

The aim of this Bachelor thesis is to determine commercial communication of the company Red Bull GmbH, on the Czech market. The theoretical part of this work will help to understand the second, practical part. Throughout the thesis reader will step by step get familiar with Red Bull’s brand identity and the image created in consumer’s mind. This will be possible by analysing company’s position on the Czech market, as well as their unique and original ways of communication. Further the realization of the case study of Red Bull will be possible due primary data research, which served as a major source of information.

**Key words**: commercial communication, brand identity, brand image, energy drink, Czech Republic

**Annotace:**

Cílem Bakalářské práce je definovat komerční komunikaci společnosti Red Bull GmbH na českém trhu. Teoretická část práce pomůže pochopit druhou, praktickou část. V práci bude čtenáři krok po kroku představena značka Red Bull a její skrytá identita ale také obraz v očích konzumenta. Umožněné to bude analýzou postavení společnosti na českém trhu, spolu s jejich jedinečným a originálním způsobem komunikace. Dále realizace případové studie Red Bullu se uskuteční skrz primárního výzkumu, který sloužil jako hlavní zdroj informací.

Klíčová slova: komerční komunikaci, skrytá identita, pověst značky, energy drink, Česká Republika