

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zaměřuje na destinační marketing. Nejprve se věnuje charakteristice marketingu lokalit a cestovního ruchu, jeho cílům, cílovým skupinám, možným úskalím a komunikačním aspektům, které představují hlavně eventy a atrakce destinace. Následně popisuje tuzemské komunikační agentury (celostátní CzechTourism a pražskou Prague City Tourism), jež mají za úkol propagovat buď celý český stát nebo pouze hlavní město Prahu. Třetí kapitola pak probírá a porovnává aktivity popsanych agentur v rámci minulého roku, kdy Česká republika společně se Slovenskem oslavovala 100. výročí založení Československa a další související historická výročí. Praktickou část pak tvoří kvantitativní dotazníkové šetření, jež se zabývá povědomím o oslavách historického jubilea mezi tuzemským a zahraničním obyvatelstvem České republiky.