

Bakalářská práce Umění na Žižkově: analýza marketingové komunikace vybraných žižkovských galerií se věnuje popisu a zhodnocení marketingových aktivit v galerijním prostředí. Teoretická část obsahuje ucelenou deskripci art marketingu s důrazem na marketing galerií a výtvarného umění, včetně historie tohoto oboru, kontextu marketingu umění v komerční sféře a představení jednotlivých nástrojů a technik používaných k dosažení stanovených cílů. Praktická část je zaměřena na popis historie a současného fungování zvolených žižkovských galerií. Dále obsahuje rozbor konkrétních marketingových nástrojů a procesů, díky nimž se tyto galerie staly v kontextu českého prostředí úspěšnými. Závěr nabízí návrhy na možné zlepšení slabých aspektů marketingu těchto institucí a představuje aktuální trendy vhodné k implementaci do popisovaného prostředí.