

Abstrakt

Práce se zabývá porovnáním komerčních televizí Nova a Barrandov v rámci jejich vstupu na televizní trh z hlediska historické, ekonomické a především marketingové perspektivy. Průzkum byl zaměřen na časové období vstupu obou médií na televizní trh – vždy přibližně 1 rok před vstupem a 1 rok po vstupu. TV Nova v letech 1993 – 1994 a TV Barrandov v letech 2008 - 2009. Tato časová rozmezí byla vybrána proto, že nejvíce rozhodovala o dalším vývoji obou televizí. Výběr obou televizí byl zvolen s ohledem na důležité etapy (éry) vývoje televizního trhu, během kterých bylo možné zkoumat hodnotné odlišnosti. Vstup televize Nova spadal do éry transformace a privatizace českých médií. Televize Nova byla prvním komerčním televizním médiem plnoformátového typu nejen v České republice, ale i v celé postkomunistické Evropě. Vstup televize Barrandov spadal do éry digitalizace televizního vysílání. Tato televize tak byla první televizí plnoformátového typu v éře digitalizace. Práce se snaží nalézt odpovědi především na to, zda jiné podmínky, které stály za vstupem obou médií na televizní trh, generovaly odlišnosti v použití marketingových prostředků. Dále pak zda rozdíl úrovně televizního trhu měl rozhodující vliv na vstup obou televizí i následný vývoj.