

Abstrakt

Tato bakalářská práce analyzuje komunikační aktivity Galerie hlavního města Prahy v posledních dvou letech. GHMP patří mezi dvě nejvýznamnější a nejnavštěvovanější galerie v České republice, a nejen díky jejímu dobrému umístění v hlavním městě má její návštěvnost stoupající tendence.

Práce se zabývá všemi složkami jejího komunikačního mixu, tedy reklamou, public relations i online komunikací. Velká pozornost je věnována novému designu webových stránek, které GHMP pomohly v rámci budování vizuální identity. Popisuje také její konkurenci a reálné ohrožení, kterými mohou další pražské galerie pro GHMP být.

Součástí práce je anketní šetření, které si kladlo za cíl zjistit postavení galerie mezi konkurencí a oblíbenost jejich aktivit mezi mladými lidmi.