

Anotace

Bakalářská práce „Marketing a propagace Národní galerie v Praze v letech 2010 – 2011“ pojednává o komunikačních možnostech této nejvýznamnější instituce na poli prezentace výtvarného umění v České republice. V úvodní části přibližuje funkci muzea umění jako média a popisuje způsoby přenosu sdělení mezi uměleckým dílem, expozicí a publikem. Stručně popisuje úlohu Národní galerie dnes i v minulosti a uvádí služby, které nabízí. V hlavní části jsou popsána specifika marketingu muzeí a galerií, přičemž jsou doplněna o konkrétní příklady z fungování Národní galerie a statistickými daty. Práce definuje produkt této instituce, způsoby jeho nabízení veřejnosti a především metody, kterými je propagován.