

## **Abstrakt:**

Bakalářská práce „Creative Cities“ – projekt British Council jako příklad městského marketingu se zabývá projektem, který vychází z teorie moderního městského marketingu (*city branding*) a je zaměřen na problematiku dnešních měst a řešení jejich problémů. Zohledňuje jednak historickou perspektivu městského marketingu a jeho současné pojetí, ale zároveň uchopuje Kreativní města jako příklad sociální kampaně, která má za cíl informovat obyvatele, zástupce veřejné správy i zájmové subjekty o možnostech a nástrojích, kterými lze dosáhnout kvalitnějšího života ve městech.

Práce je rozdělena na teoretickou a analytickou část, které zohledňují všechny nezbytné aspekty tohoto mezinárodního projektu – všeobecný koncept projektů British Council, zaměření na kreativní průmysl, vývoj moderního městského marketingu, specifickou sadu nástrojů Kreativních měst a příklady a potenciál jejich využití do budoucnosti v Evropě i České republice. Práce se opírá o tříleté působení projektu v České republice a jeho konkrétní vyústění v některých městech.