

Abstrakt

Bakalářská práce Komparace marketingové komunikace televizních show *Česko Slovensko má talent* a *Talentmania* si klade za cíl v teoretické části nejprve popsat změny, které ovlivňují současnou situaci na lokálním i zahraničních mediálních trzích, formulovat základní charakteristiky marketingové komunikace mediálních společností, především televizí, a přiblížit nástroje využívané ke komunikaci mediálních produktů. Praktická část této bakalářské práce se věnuje analýze obsahu a komparaci marketingových kampaní dvou konkrétních televizních pořadů *Česko Slovensko má talent* a *Talentmania*, které na podzim 2010 odvysílaly komerční televize Prima, resp. Nova. Marketingová komunikace těchto show je porovnávána na základě veřejně dostupných mediálních výstupů (články z periodik napříč mediálním spektrem, rozhovory se zástupci managementu, analýzy sledovanosti, inzerce), oficiálních materiálů vysílatelů (oficiální propagační materiály, tiskové zprávy, prohlášení, televizní upoutávky, propagační fotografie), rozhovorů se zástupci televizí a interních materiálů poskytnutých marketingovými odděleními těchto televizí. Závěr práce shrnuje základní poznatky o marketingové komunikaci v televizní oblasti, rozdílnost pojetí kampaní dvou formátově podobných televizních pořadů vyplývající z komparace a předkládá doporučení, jak lépe komunikovat daná sdělení ve všech složkách komunikačního mixu.