

## **Abstrakt**

Bakalářská práce s názvem „Muzikál jako marketingový produkt“ se věnuje marketingové komunikaci v oblasti hudebně-dramatické tvorby. Zabývá se deskripcí marketingové komunikace licenčního muzikálu „Bídníci“, produkovaného agenturou GOJA.

„Bídníci“ jsou, co se týče délky uvádění a prodeje lístků, jedním z fenoménů v ČR. Cílem je na základě teoretických poznatků charakterizovat marketingovou komunikaci v oblasti hudebně-dramatické tvorby, popsat marketingová specifika českého muzikálového prostředí, vypracovat podrobnou deskripci marketingové komunikace zmíněného díla a tu zhodnotit. V závěru jsou doporučeny možné změny vedoucí k zefektivnění komunikačních aktivit.