

Abstrakt

Bakalárska práca „Nové médiá ako dôležitá súčasť marketingovej komunikácie eventov elektronickej hudby“ analyzuje dôležitosť nových médií ako skupinu kľúčových komunikačných kanálov marketingovej komunikácie eventov elektronickej hudby. Porovnáva využívanie nových médií s tradičnými kanálmi zastúpenými bežne v marketingovom mixe komunikácie eventov elektronickej hudby, analyzuje efektivitu využitia nových médií v marketingovom mixe, skúma a porovnáva reálny a vnímaný vplyv využitia nových médií v marketingovom mixe na cieľovú skupinu.

V prvej časti sa bakalárska práca venuje popisu nových médií, ich spoločenskému aspektu a ich využitiu v marketingovej komunikácii; popisu elektronickej hudby a ich eventov a spoločenskému aspektu; a ukotveniu marketingovej komunikácie a dôležitosti využitia jej nástrojov v eventoch elektronickej hudby. Následne analyzuje jednotlivé nástroje marketingovej komunikácie a ponúka dotazníkové šetrenie zamerané na vnímanie marketingových nástrojov eventov elektronickej hudby, na základe ktorého na záver hodnotí efektivitu marketingovej komunikácie eventov elektronickej hudby.