

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá úvodem do marketingové komunikace filmového turismu v České republice a představením města Kroměříž jako destinace, jejíž cestovní ruch je filmovým turismem značně ovlivněn.

Práce je rozdělena do tří hlavních kapitol. První kapitola se věnuje teoretickému vymezení základních pojmů jako cestovní ruch, marketingová komunikace a filmový turismus. Zmiňuje aktuální trendy a definuje marketingový komunikační mix.

Druhá kapitola nahlíží do problematiky filmového turismu v České republice, představuje kancelář Czech Film Commission a práci agentury CzechTourism.

Stěžejní třetí kapitola se zabývá městem Kroměříž. Představuje stručnou historii města, principy fungování cestovního ruchu v Kroměříži a v neposlední řadě rozebírá místní marketingovou komunikaci v rámci filmového turismu. Kapitola je zakončena SWOT analýzou, která analyzuje využití filmového turismu v marketingové komunikaci destinace Kroměříž.

Cílem práce je za pomoci vymezení klíčových pojmů, faktů a deskripce tematiky představit marketingovou komunikaci filmového turismu města Kroměříž.