

Anotace (abstrakt)

Bakalářská práce „*Analýza komunikačních aktivit 3. ročníku festivalu světla SIGNAL v roce 2015*“ si klade za cíl představit možnosti organizací pořádající kulturní události z hlediska jejich komunikačních aktivit na příkladu festivalu světla. Práce nejprve zasazuje umělecké festivaly do teoretického rámce a zhodnocuje jejich roli v kultuře a ve společnosti. Kulturní organizace a umělecké festivaly pak práce posuzuje z hlediska marketingu v prostředí umění. Teoretická část práce také zahrnuje aplikování marketingové komunikace na prostředí festivalů světla.

Praktická část práce pak používá tato teoretická východiska a porovnává tak jejich využití na příkladu festivalu světla SIGNAL. Jsou stanoveny cíle práce, metodika i výzkumné otázky. Následně popisuje historii a charakter 3. ročníku tohoto festivalu. Další kapitola se věnuje marketingové strategii tohoto ročníku události, konkrétně popisuje její cíle, stanovenou cílovou skupinu i možnou konkurenci a následně je zpracována SWOT analýza festivalu i jeho komunikačních aktivit. V další části jsou analyzovány komunikační aktivity festivalu z hlediska marketingového i komunikačního mixu a spolupráci s partnery této události. Závěr bakalářské práce pak obsahuje zhodnocení komunikačních aktivit, odpovědi na položené otázky a komunikační doporučení.