

Bakalářská práce *Marketing umění a komunikace Galerie hlavního města Prahy* se věnuje rozvoji na poli art marketingu a možnostem jeho využití především v rámci instituce galerie či muzea umění. Poukazuje na reciprocitu umělecké a marketingové praxe, definuje a vymezuje jejich spojení právě v marketingu umění – činí tomu tak za pomoci marketingových, mediálních a kulturních teorií. Poskytuje vhled do historického vývoje oboru a reflektuje tendence oborové literatury. V druhé části se věnuje případové studii, kde popisuje a vyhodnocuje komunikační aktivity Galerie hlavního města Prahy v roce 2016 a 2017 v konkrétním prostředí. Prostředí, ve kterém je galerie aktivním účastníkem na poli komunikace umění, definuje. Subjekt do něj zasazuje jako kulturní instituci a kulturní produkt, který byl obnoven novou vizuální identitou.