

Cílem této práce je věnovat se některým ekonomickým principům fungování médií a jejich dopadům do oblasti mediálního managementu. První část práce se týká teoretického pohledu na ekonomii médií, včetně historických a dalších souvislostí, jako např. pojetí informace jako suroviny se kterou média pracují, roli technologie apod. Druhá část práce se věnuje různým aspektům řízení médií, klíčovými ukazatelům mediálního managementu, vedení lidí v mediální organizaci apod.