

Cílem bakalářské práce je analyzovat marketing destinace Český Krumlov a na základě této analýzy navrhnout optimální řešení marketingové komunikace i dalším městům zapsaným na Seznamu světového kulturního dědictví UNESCO v České republice. V teoretické části je popisována kulturní destinace (produkt) Český Krumlov, specifika marketingu destinace, komunikační aktivity organizací propagujících Český Krumlov, zejména pak úloha Destinačního managementu. Analytická část se zaměřuje na samotnou marketingovou strategii Českého Krumlova a propagaci zejména prvních tří marketingových pilířů Českého Krumlova, které vyhodnotí závěrečná SWOT analýza.