

## **Abstrakt**

Bakalářská práce „Metropolitan opera: Live in HD v kině Aero. Deskripce a vyhodnocení úspěšnosti marketingových aktivit během prvních dvou sezon.“ pojednává o zavedení nového produktu – projektu přímých přenosu Metropolitní opery v New Yorku – v pražském artovém kině Aero. Met: Live in HD je prvním celosvětově úspěšným projektem, který můžeme označit termínem alternativní obsah. Jeho úspěch úzce souvisí s digitalizací kin u nás i v zahraničí. Pro hlubší porozumění problematice seznamuje práce s principy fungování art marketingu, tedy oblasti zahrnující marketing všech oblastí kultury a umění, s okolnostmi vzniku a realizace projektu přímých přenosů z hlediska Metropolitní opery i s prostředím, do nějž projekt v České republice vstoupil – tedy s kinem Aero a distribuční společností Aerofilms.

Metodami práce jsou studium zahraniční i české literatury, obsahová analýza dokumentů, monitoring tisku, kvalitativní pozorování a deskripce marketingových aktivit daného produktu v souvztáznosti k návštěvnosti představení a mediální publicitě projektu. Použitá literatura se vztahuje k marketingu v oblasti kultury a neziskových organizací i k filmovému marketingu a strategiím rozvoje artových kin.