

Kreativní odvětví se ve vyspělých zemích stávají novou příležitostí a nástrojem ekonomického a společenského růstu, jelikož představují „nový“ zdroj bohatství a prosperity. Kreativní ekonomika již nestojí na tradičních výrobních odvětvích, a proto se dostaly do popředí zájmů odborníků i veřejných činitelů. V rámci městského a regionálního rozvoje se jako nový typ konkurenční výhody podílí na tvorbě inovací a konkurenceschopnosti firem, měst či regionu. Výzkumná část je zaměřena na strukturálně postižené regiony, resp. komparativní analýzu Ústeckého a Moravskoslezského kraje. Důraz je kladen na prostorovou organizaci kreativních odvětví a bližší charakteristiky těchto odvětví sledované pomocí různých ukazatelů. Na úrovni krajského města Ústí nad Labem se práce zaměřuje na reklamní odvětví, které po roce 1989 představují nové a dynamické odvětví.