

Abstrakt

Bakalářská práce „Marketing alternativních obsahů v kinodistribuci“ se zabývá fenoménem přenosů z opery, divadla, baletu, koncertů, výstav, sportovních utkání a dalších událostí do kin. Pro tyto přenosy se vžilo společné označení alternativní obsah a během několika let se staly nedílnou součástí programu českých kin.

V teoretické části práce je popsán art marketing, jeho specifika a vývoj. Další část práce se věnuje historii alternativního obsahu a okolnostem, které umožnily jeho příchod na trh. Jsou zde také popsány příklady jednotlivých druhů alternativního přenosu. Praktická část práce krátce představuje společnost Aerofilms jako hlavního distributora alternativního obsahu na českém trhu a věnuje se analýze marketingové komunikace spjaté s vybranými druhy přenosů. Následně jsou určena specifika, která se k marketingové komunikaci alternativních obsahů váží a je určeno, které komunikační techniky se jeví jako nejefektivnější.