

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá aplikací marketingových postupů a nástrojů do muzejního prostředí s výtvarným uměním. Předmětem zkoumání této práce je Národní galerie v Praze – významná umělecká instituce, která má ambice vybudovat silnou muzejní značku mezinárodního formátu. Cílem práce je příprava doporučení pro Národní galerii v oblasti marketingu a komunikace. Doporučení vznikne na základě konfrontace rešerše současných trendů a příležitostí v muzejním marketingu a analýzy dosavadních aktivit Národní galerie.

Práce je rozdělaná do tří částí. První část zahrnuje teoretické vymezení základních pojmů jako je muzejní marketing, strategický marketing, návštěvník, marketingový a komunikační mix. V druhé části se práce věnuje deskripci trendů a příležitostí v oblasti muzejního marketingu. Poslední část se zabývá zkoumáním aktivit Národní galerie a návrhem zlepšení jejích marketingových postupů.