Abstrakt

Bakalářská práce „Komunikační aktivity hudebního festivalu Colours of Ostrava v letech 2008-13“ se zabývá analýzou marketingové strategie, marketingového mixu a komunikačního mixu konkrétního hudebního festivalu v daném časovém úseku. Cílem teoretické části je podchytit teoretické koncepty výše uvedeného z pohledu specifického segmentu hudebních festivalů. V práci se také nachází stručná analýza dramaturgické změny festivalu, která v daném období proběhla. Dále jsou v práci popsány konkrétní komunikační trendy a příklady, jak s nimi festival Colours of Ostrava pracuje. Na závěr je komunikace zhodnocena a autorka přidává několik osobních doporučení.