

Abstrakt

Cílem této práce je analyzovat komunikační a marketingovou strategii DSC Gallery se zaměřením na její komunikační aktivity. První část je věnována teorii a popisu dílčích prvků oblasti marketingu kultury. Druhá část práce se zabývá samotnou případovou studií a analýzou marketingové komunikace vybrané instituce a jejími silnými a slabými stránkami. V závěrečné části autorka podává vlastní komunikační doporučení a shrnuje nabyté poznatky.