

## **Abstrakt**

Tato práce se zaměřuje na analýzu komunikačních a propagačních aktivit největšího neziskového festivalu v České republice, Budějovického Majálesu. Konkrétně se věnuje především identifikování pozitivních i negativních aspektů komunikace s cílem zhodnotit, jak nejefektivněji oslovit cílovou skupinu návštěvníků. Teoretická část obsahuje vymezení marketingových aktivit a představení Budějovického Majálesu. Praktická část dále navazuje analýzou komunikace vybraných ročníků festivalu a interpretací rozhovorů s návštěvníky a organizátory festivalu, kteří hodnotili jejich marketingové strategie. Obě skupiny i přes zdánlivě zhoršenou rozpoznatelnost kvitovaly podobu vizuálů, které festival každoročně výrazně obměňuje. Rozdíl se u skupin objevil v rámci vnímání důležitosti komunikačních témat festivalu, kdy pro návštěvníky byla nejdůležitější atmosféra, osobní zkušenost a kvalita programu. Organizátoři vyzdvihovali atraktivitu nadstavbových aktivit festivalu a inovativních prvků v komunikaci.