

Abstrakt

Cílem předkládané diplomové práce je popsat současný stav propagace v knihovnách a analyzovat jejich mediální obraz a obraz knihovníků v letech 2007-2011. První část zachycuje teoretické poznatky o marketingových a propagačních nástrojích používaných v knihovnách, se zvláštním zaměřením na mediální nástroje. Druhá část pak navazuje praktickou částí, která sleduje aplikaci popsaných nástrojů a výsledky jejich působení vzhledem k veřejnosti. Teoretické poznatky podložené zvláště myšlenkami Philipa Kotlera byly doplněny praktickými poznatky získanými z mediální analýzy z let 2007-2011, jejíž data byla získána z databáze Anopress. Zmapování současné marketingové situace v oblasti médií pro knihovny představuje možnost, jak inovovat svoje marketingové postupy a přilákat do knihovny více spokojených uživatelů.