

Propagace (promotion) – komunikační mix

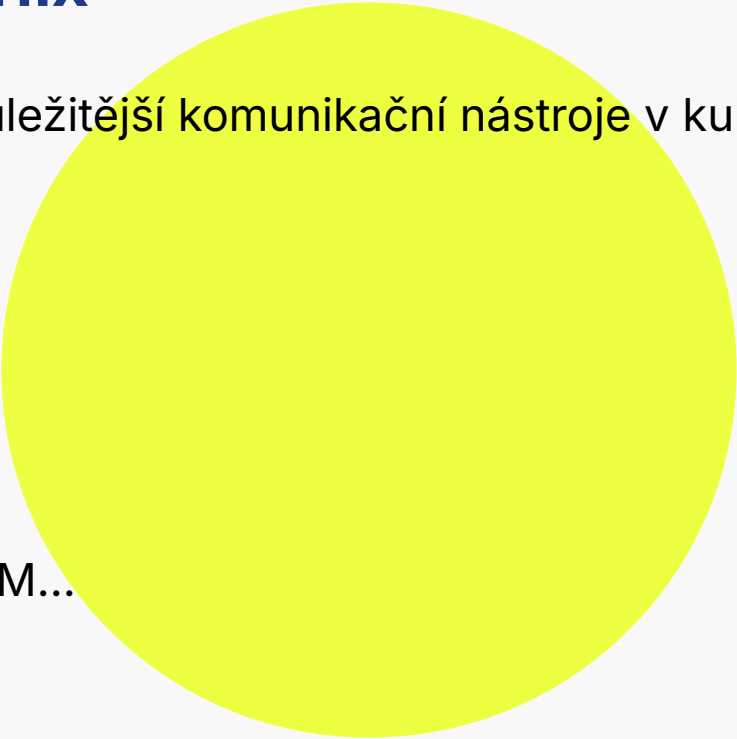
20. 4. 2026

Co se dnes dozvíte

- Co to je komunikační mix
- Jak na media relations v kultuře
- Brief pro závěrečné prezentace

Komunikační mix

Co jsou podle vás nejdůležitější komunikační nástroje v kultuře?

- Reklama
 - PR
 - Online marketing
 - Direct marketing
 - Podpora prodeje
 - Content marketing
 - Event marketing
 - Guerilla, virály, WOM...
- 



Reklama

Co je to reklama?

Jaký vliv má podle vás dnes klasická ATL reklama?

Sledujete jí?

Ovlivňuje vás?

OOH

- Reklama v místě prodeje
- Outdoor
- Distribuce propagačních materiálů – jakou mají dnes roli?

TV, rozhlas, tisk

- Placená inzerce
- Mediální partnerství
- Barter



Public relations

- Důležitý komunikační nástroj v kultuře
- Budování vztahů s relevantními CS

Spolupráce s médii

- Media relations
- Placená inzerce
 - Kvantita vs. kvalita – promyšlené cílení
- Mediální partnerství
 - Jste atraktivní partner
- Barter
 - Máte atraktivní produkty
- Kombinace

Media relations

Víte, jak...

... se dostat do médií?

... navázat kontakt s novinářem?

... budovat vztah s novinářem?

- Volba médií dle cílových skupin – koho chcete oslovit
- Identifikace typologie cílových médií – co média potřebují
- Tvorba medialistu, oslovení, budování vztahů...

Muzeum Prahy

Frekvence TZ: 22 zpráv od roku 2024

Témata: Modernizácia a rekonštrukcia (hlavne v poslednom čase),
Výsavy a eventy

Relevance: Relevance tiskových zpráv spočívá v jejich schopnosti představit Muzeum Prahy jako moderní, technologicky vyspělou instituci, která už není jen statickou konzervou historie, ale živým aktérem ve veřejném prostoru. Propojením tradičních témat s umělou inteligencí, interaktivitou a společensky aktuálními výstavami (jako je projekt Tělák) muzeum efektivně cílí na mladší generace i technologické nadšence, aniž by ztratilo odbornou váhu. Zprávy tak jasně definují novou éru instituce, která se aktivně podílí na kultivaci města a srozumitelně interpretuje dějiny pro potřeby 21. století.

Ohlasy: Negativních reakcí je po znovuotevření opravdu hodně. Velký marketing zapříčinil vysoká očekávání, která poté podle mnohých nebyla naplněna. Stížnosti se týkají především přílišné a současně nezvládnuté modernizace (např. využití AI v prázdných místnostech místo umístění reálných exponátů). Dále je prý značné množství expozic bezobsažných a nudných, špatně osvětlených/technicky zařízených a celková komunikace k návštěvníkům a organizace otevření byla zvládnuta nedostatečně.

Muzeum Prahy překonává očekávání. Budova na Florenci přilákala již 80 tisíc lidí

Stovky lidí, dlouhé fronty!
Muzeum hlavního města Prahy
je po pěti letech znovu
otevřeno

Muzeum Prahy se střelilo do nohy. Kdo nese odpovědnost?

Navštívili jsme nejmodernější Muzeum Prahy: není ale o co stát

Muzeum Prahy pod palbou kritiky. V nové expozici chybí autentické předměty vs. výstavy ze sbírek budou

KOMENTÁŘ: MUZEUM PRAHY
VSTUPUJE DO „NOVÉ ÉRY“ SE STO
LET STARÝMI MYŠLENKAMI

Muzeum Prahy



Tiskové materiály

Velký návrat Muzea Prahy. Nová éra začíná Městem v čase, expozicí oživenou nejmodernějšími technologiemi v Česku.

Praha, 2. prosince 2025 – V sobotu 6. prosince se po pěti letech znovu otevře hlavní budova Muzea Prahy na Florenci a po několika týdnech nabídne veřejnosti bezplatný vstup. Otevření doprovodí během celého víkendu velkorysý program určený zejména pro rodiny s dětmi, na své si ale přijdou i milovníci věhlasného Langweilova modelu, staré Prahy, moderního výstavnictví a špičkových technologií. 125 let od prvního otevření budovy na Florenci Muzeum Prahy představí veřejnosti nejenom nově zrekonstruovanou budovu, ale především zcela nový přístup k městskému muzejnictví.

„U nás se muzeje jinak,“ vysvětluje novou koncepci muzea jeho ředitel Ivo Macek. „V době, které dominují moderní technologie, už nechceme věznit historii ve vitrínách. Umíme ji oživit, rozhybat a návštěvníky do ní vtáhnout. Na této myšlence jsme postavili celou novou expozici Město v čase. Historie se v ní setkává s nejmodernějšími technologiemi a designem a nabízí tak návštěvníkům velkolepý audiovizuální zážitek, který v českých muzeích nemá obdoby,“ doplňuje.

„Muzeum Prahy sází na nejmodernější technologie v kvalitě a rozsahu, které jsou v českém muzejním kontextu naprosto bezprecedentní. Například 20metrový Živý sál ohromí návštěvníky projekcemi v rozlišení 9974 × 6018 px.“

- Jasné hlavní téma (znovuotevření muzea + nová expozice)
- Dobrý timing (po 5 letech rekonstrukce, 125leté výročí)
- Zajímavé hooky (netradiční technologie, AI, bezplatný vstup)

- Technologie nejsou dobře „prodané“ - spíš pochybné
- Zbytečné technické detaily (např. rozlišení projekce 9974 × 6018 px.)

- Příliš mnoho PR frází a hype („nemá obdoby“, „bezprecedentní“, „světový zážitek“)
- Nízká důvěryhodnost některých tvrzení (nepodložené superlativy)

Kontakt pro více informací:

Ester Fleischerová / Tisková mluvčí / Muzeum Prahy (Museum of Prague) / Kožná 1, 110 00 Praha 1
Tel: +420 720 055 787 / Email: fleischerova@muzeumprahy.cz; media@muzeumprahy.cz

1. Monitoring výstupů

- **Frekvence:** nízká, nárazová (před zahájením festivalových bloků – jaro/podzim) - poslední jsme dohledali z roku 2014
- **Témata:** speciální projekty (Prague Jazz Week), výročí klubu, lákání na zahraniční hvězdy (Maceo Parker, Mike Stern).

2. Zhodnocení komunikace

- **Relevance:** vysoká pro odbornou veřejnost a stálé publikum, nízká pro masová média a širokou veřejnost
- **Ohlasy:** stabilní přítomnost v kulturních rubrikách (ČRo Vltava, Harmonie, Praha.eu) - spíš "servisní informace" než PR budující dosah.

3. Rozbor TZ: "Prague Jazz Week 2008"

- **Co je DOBRĚ:**
 - obsahuje všechna fakta (kdo, kdy, kde, za kolik) na minimálním prostoru
 - odkazuje na stránky vystupujících
- **Co je ŠPATNĚ:**
 - **Forma:** chybí struktura (odrážky, tučné písmo), kontakty, špatný font (nepíše Ň)
 - **Jazyk:** strohý + odborný
 - **Absence multimédií:** žádné odkazy na press-kit s fotkami nebo videem
 - **Obsah:** chybí citace dramaturgů nebo vyjádření umělců, které by novináři mohli použít

Divadlo Dobeška



Tiskové zprávy

- **Frekvence:** Dobeška tiskové zprávy nevydává, místo TZ komunikuje skrze web, sociální sítě a newsletter, poslední dostupná výroční zpráva je z roku 2022
- **Témata:** divadelní představení, koncerty, dětské a komunitní akce

Zhodnocení

- **Relevance:** vysoká pro stávající návštěvníky a lokální publikum, nižší pro nové publikum nebo média
- **Ohlasy:** bez ohlasu

Konkrétní příklady

- **Výroční zpráva za rok 2022**
 - + přehled činnosti divadla, shrnutí programu a fungování organizace
 - - zastaralost, dokument není atraktivní pro média, spíše administrativní forma
- **Newsletter**
 - + pravidelný kontakt se stávajícím publikem, nízká frekvence nezvyšuje zahlcení
 - - pouze přehled programu, chybí editorial a osobní tón, epravidelná frekvence nebuduje návyk

Analýza mediální komunikace: Městská knihovna v Praze

1. AUDIT TISKOVÝCH SPRÁV:

- Frekvence: 1-2 TZ měsíčně
- Témata:
 1. Infrastruktura (otevírání nových poboček)
 2. Inovace (digitalizace)

2. ZHODNOCENÍ

- Monitoring (zdroj Newton)
cca 3 přímé mediální výstupy
- Relevance : témata jsou
vysoce relevantní pro Pražany

3. DETAILNÍ ROZBOR TZ: „ KONFERENCE DO ČERNÉHO



- Profesionální struktura a jasné citace vedení (budování autority)
- Propojení s aktuálními společenskými změnami



- Jazyk a forma : Text je pro běžnou veřejnost příliš odborný až akademický
- příliš úřednický tón, málo storytellingu

Frekvence vydávání

- komunikace je sezónní a vrcholí před festivalem a během něj
- leden 1, únor 2, březen 2, duben 2
- květen 12, červen 9
- od července do prosince bez tiskových zpráv

Témata tiskových zpráv

- leden až duben: doprovodné akce po ČR spojené s festivalem
- výstavy filmových klatek, festivalem podporovaná promítání, dobrovolnictví
- únor: oficiální představení ročníku
- květen: představení programu a průběh festivalu
- červen: průběh festivalu a výsledky soutěží

Hodnocení relevance pro festival

- tiskové zprávy jsou pro festival relevantním a funkčním PR nástrojem
- podporují mediální viditelnost před akcí, během ní i po skončení
- silné stránky: konkrétní fakta, jména, čísla, programové novinky
- slabší stránky: informační zahlcení, menší přehlednost, místy stylistické nedostatky

Ohlasy

- dobrý zejména v regionálních a kulturních médiích
- festival se objevuje i ve větších mainstream médiích, např. Seznam a ČT
- Sentiment převážně pozitivní

Rozbor analyzované tiskové zprávy

- silný obsahový základ a vysoká informační hodnota
- dobře fungují konkrétní údaje, mezinárodní přesah a programové taháky
- slabinou je délka, přehlcenost informacemi a slabší hierarchie sdělení
- poměrně kvalitní materiál, který by mohl být redakčně úspornější



Tisková zpráva

9. ROČNÍK DNE DYSLEXIE

Motto 9. ročníku Dne Dyslexie : Dar dyslexie, danajský dar?



9. ročník - Den Dyslexie - 8. - 10. 9. 2018

Národní Galerie v Praze / Veletržní palác

Program pro malé i velké - 8. 9. - divadlo DYS - od 18:00 hod.

9. - 10. 9. workshopy - od 10:00 - 18:00 hod.

vstupné zdarma / více na www.dys.cz

6. 9. - „happening - diskuze s veřejností“ od 13:00 - 18:00 hod. na pražském Andělu u metra



Podpořili: mecenáš Gregory Pierre Grzegorowski



Pořádá DYS - Umění a věda na podporu dyslektickým dětem, z.s. (www.dys.cz)

Místo a čas konání:

korzo Veletržního paláce v Národní galerii v Praze
(vchod z ulice Dukelských hrdinů)

8. září 2018 - divadlo DYS od 18:00 hodin

9. - 10. září 2018 - Workshopy od 10:00 do 18:00 hodin

6. září 2018 - samotné akci předchází „happening“ od 13:00 do 18:00 hodin na pražském Andělu,
kde budou organizátoři diskutovat s veřejností.

Po dobu konání akce je pro návštěvníky vstup zdarma.

Pod záštitou

MgA. Elišky Kaplický Fuchsové, předsedkyně Výboru pro kulturu, památkovou péči, výstavnictví,
cestovní ruch a zahraniční vztahy ZHP, Ing. Mgr. Ireny Ropkové, radní hl. m. Prahy pro oblast
školské a evropských fondů.

Motto 9. ročníku Dne Dyslexie: Dar dyslexie, danajský dar?

Dnem Dyslexie si připomínáme fakt, že kolem nás není vše tak dokonalé a ti, kteří dělají pravopisné chyby nebo mají problém se čtením (dyslexie) se psaním (dysortografie), počítáním (dyskalkulie), mají i jiné talenty. Den Dyslexie je vyhlášen každoročně na 9. září a my tentokrát oslavíme toto znevýhodnění skoro celý týden. Den Dyslexie slavíme jen v České republice, tím je také ojedinelý. Avšak během předchozích let se na Dnu Dyslexie vystřídali různí účastníci ze zahraničí, letos tomu nebude jinak a přivítáme mezinárodní účastníky, tentokrát ze Slovenska. Den Dyslexie zahájíme již 6. září 2018 happeningem v ulicích, jehož cílem je oslovit širokou veřejnost k diskusi o dyslexii. Loni tato akce vyvolala cenné poznatky, proto se k tomuto počínu vracíme i letos.

Samotný Den Dyslexie začne divadlem DYS 8. září 2018 a to komediální hrou „Kaviár na chodníku“ o manželském páru seniorů, kdy jeden z nich je dyslektikem a o tom, co takové soužití obnáší. Následovat budou dva dny (9. – 10. září 2018) plné workshopů s výtvarnými umělci, kteří mají své vlastní příběhy s dyslexií, tvůrci nových přístupů vzdělávání a odborníky. Budeme společně nahlížet na problémy se psaním, čtením, počítáním i na cizí jazyky u dětí i dospělých. Den Dyslexie je pro rodiny s dětmi a pro lidi, kteří se snaží nalézt útočiště.

Výtvarná umělkyně MgA. Alena Kupčíková, Ph.D. a zároveň zakladatelka Dne Dyslexie říká: „Pro nás umělce, může být dyslexie velkým darem, protože s sebou nese „jiné“ nazírání a vnímání, ale v osobních životech a v běžném žití, nám mnoho věcí dělá problém. Často přivádíme k šlénitosti ty, kteří s námi žijí. Proto se snažíme tímhle dnem uskutečnit setkání pro ty, kteří se nemůžou či nemají komu svěřit. Nesimulujeme poradny, ani se o to nesnažíme, pouze dáváme možnost lidem, kteří mají obavu někam jít. Vyzýváme je, aby přišli mezi nás, světili se, viděli mnoho dyslektických příběhů a sami se pokusili najít cestu... a tak se to děje mnoho let. Dyslexie je darem, i když je během života mnohokrát darem danajským.“

Již tradičně na Dnu Dyslexie najdeme mnoho uměleckých workshopů s umělci, kteří mají své vlastní příběhy s dyslexií. Novinkou bude workshop „jak vytvořit svou poštovní známku“ s Petrem Pláčkem, ze Slovenska přijede Barbora Váchová, která ukáže, jak bojuje s dyskalkulií ve své profesi architekta. Malíř Jan Gemrot plánuje s účastníky vytvořit obří portrét, dát vzniknout originálnímu člověku a zdůraznit tak originalitu každého z nás. Sochařka a malířka Kateřina Novotná bude vytvářet monotypy, tisky originální, stejně jako vaše myšlenky. Sochařka Markéta Korečková ukáže, že každý umí vymodelovat reliéf a pochopit rub a líc, jak ve světě umění, tak ve světě jazyků. Jindřich Matěk fotografuje a plastelinou dokáže udělat písmenka a také povědět něco o fotografii. Písmenka kolem nás jak je vidí dyslektik a jak tomu všemu předcházet již v předškolním věku předvede na svém workshopu zakladatelka Dne Dyslexie, malířka a sochařka Alena Kupčíková, která představí svůj „Multimediální a Interaktivní Slabikář a Testy pro děti od 4 let“. Dále se můžete potkat s Lenkou Krejčovou, ředitelkou a psycholožkou z DYS centra Praha, která bude na Dnu Dyslexie vést tzv. poradnu a svou poradnu bude vést také Jana Štěpánová, speciální pedagožka, která jiným přístupem vysvětluje, jak jsou prováděny poruchy učení s motorickým vývojem. Pak se můžete fyzicky roztažit se studentkou psychologie Simonou Egri, které pohyb pomáhá s její dyslexií. Překladatelka, tlumočnice a lektorka Alena Krömerová předvede zážitkové učení angličtiny. Režisér Jaroslav Černý bude sdílet své DYS dojmy skrze svou kameru a prostřednictvím natáčení dalšího dílu dokumentu Dar Dyslexie. Těšit se můžete na jeho divadelní hru o dyslektických manželech.

Velice děkujeme všem účastníkům a organizátorům, hlavně městu Praha (www.praha.eu), Národní galerii v Praze (www.ngprague.cz), mecenáši Gregorymu Pierovi Grzegorowskému, Greg Team, GPG Oversize, DYS - Umění a věda na podporu dyslektickým dětem, z.s.), jazykovému centru Red languages (www.redlanguages.cz), TSB spol. s r.o., Pražskému Patriotu (www.prazskypatriot.cz), vydavatelství Portál (www.portal.cz) a dalším. V neposlední řadě děkujeme našim blízkým, kteří nám vždy pomáhají s přípravou a podporují nás.

TISKOVÁ ZPRÁVA

Národní galerie v Praze a Akademie múzických umění si vás dovoluji srdečně pozvat zvukové intervence, instalace a koncert v prostorách Anežského kláštera u příležitosti Mezinárodního dne muzeí a galerií.

ZVUKOVÉ STEZKY & MAGNETICKÁ POLE

Studenti Centra audiovizuálních studií FAMU: **MAGNETICKÁ POLE**

9. až 27. května - zvuková instalace

Jakub Krejčí: **Dominium**

15 - 18. května - audiovizuální instalace pro virtuální realitu Dominium

studenti HAMU a Hochschule für Musik, Nürnberg

18. května 2017, 19:00 – **ZVUKOVÉ STEZKY** – koncertní situace

Program 18. května

Prostory Anežského kláštera se během večera 18. května promění v pomyslnou zvukovou stezku. Průvodcem je smíšený studentský sbor, který za použití tradičního i současného vokálního repertoáru provede návštěvníky prostory Anežského kláštera.

V průběhu večera zazní:

Jan Rösner: „Dec.16-Feb.17“ (česká premiéra, HAMU), **Dieter Schnebel** - Lamento di Guerra II, **Luciano Berio** - Sequenza II pro soprán, zvukové intervence pro soprán saxofon a violu, **Meng Lin:** Zappelig Nicht, **Yuhwan Kim** – Suche.

Autoři multikanálových elektronických kompozic: *Marta Kolárová, Ondřej Černohorský, Martin Hurych, Juras Karaka, Michael Kocáb, Jakub Krejčí, Tomáš Roček, Matěj Šenkyřík, Barry Wan.*

Univerzitní sbor Hochschule für Musik, Nürnberg, dirigent – **Alfons Brandl**, **Susanne Kelling** - mezzosoprán, **Martin Sigl** – akordeon, **Eva Schöler**, **Pia Schwarz** a **Helena Steiner** – soprán, **Miroslav Tóth** - soprán saxofon, **Ilja Chernoklinov** – viola, **Ensemble Terrible**, umělecký vedoucí – **Jakub Rataj**.
Akusmonium HAMU (premiéra nové 3D audiosystému)

Magnetická pole (9. - 27. května) - zvuková instalace a kompozice, v níž zazní záznamy akustických událostí, které se mohly (nebo mohou) odehrát v křížové chodbě kláštera. Ambientní kompozice stírá jasné hranice mezi fyzickým prostorem a akustickou skutečností sakrální architektury.
Realizace: Alexandra Čihanská - Machová, Sebastian Drack, Tobias Feldmaier, Veronika Dostálová, Jiří Rouš, Matěj Šenkyřík, Petr Záborský, J.H. Stanislav Abrahám. Dílna Miloše Vojtěchovského.

Jakub Krejčí: DOMINIUM - audiovizuální instalace pro virtuální realitu 3D brýlí.

Do Anežského kláštera v jeho virtuální podobě vhlíží, ale vidí jej jinak. Musí prozkoumat své okolí, být posluchačem minulosti, předchází budoucímu a cizímu, pomocí vlastních představ skrze svět reprezentovaný jedním z mnoha panství...

Klášter sv. Anežky České - Národní galerie v Praze, U Milosrdných 17, Praha

Spolupráce: Institut intermédií

<http://www.ngprague.cz>, <http://www.amu.cz>

Historická budova Národního muzea se po rekonstrukci částečně otevře veřejnosti

Tisková zpráva k zahájení návštěvnického provozu Historické budovy Národního muzea

Praha 26. října 2018



Historická budova Národního muzea bude po generální rekonstrukci, která trvala 42 měsíců, opět otevřena pro veřejnost. Počínaje nedělí 28. října 2018 budou mít návštěvníci možnost nahlédnout do zrekonstruovaného interiéru muzea a navštívit Česko-slovenskou / Slovensko-českou výstavu a výstavu 2 × 100.

Generální rekonstrukce Národního muzea

Ačkoliv se provolání o založení Národního muzea uskutečnilo již roku 1818, teprve na konci století se podařilo vybudovat skutečně důstojné a reprezentativní sídlo na horním konci Václavského náměstí. Podle projektů Josefa Schulze byl tedy až v letech 1885–1891 za částku přibližně dvou milionů zlatých vybudován na náklady českého sněmu jedinečný palác, který se stal dominantou Václavského náměstí a jednou z největších a nejvýznamnějších staveb v Praze. Expozice muzea se pak

FRIDA KAHLO – FOTOGRAFIE

15. 10. 2021 – 16. 1. 2022

Galerie hlavního města Prahy

Dům U Kamenného zvonu

Staroměstské nám. 13, Praha 1

Otevřeno denně kromě pondělí od 10 do 20 hodin

Kurátor: Pablo Ortiz Monasterio

Fotografie Fridy Kahlo objevené v roce 2003 jsou poprvé představeny v Praze

Výstavu organizuje Terra Esplendida, portugalská agentura, která ji od roku 2009 představila na mnoha místech obou amerických kontinentů a v několika zemích Evropy. K dnešnímu dni ji mělo možnost vidět více jak milion návštěvníků. Agentura nás oslovila před třemi lety na základě zkušeností s výstavou amerického fotografa Sama Shawa, která proběhla v Domě fotografie GHMP na přelomu let 2016–2017.

Výstava *Frida Kahlo – Fotografie* otevírá nový pohled na bouřlivý život jedné z nejtajemnějších a zároveň nejdílejších postav umění Latinské Ameriky. V Galerii hlavního města Prahy proběhne od 15. října 2021 do 16. ledna 2022.

Diego Rivera, Fridin manžel věnoval po její smrti v roce 1954 Modrý dům Mexiku a jeho lidu. To byl počátek dnešního Muzea Fridy Kahlo, jednoho z nejpokladnějších muzeí na světě. Osobní archiv, zahrnující přes šest tisíc fotografií, výkresy, dopisy a typickou Fridinu garderobu, byl však otevřen teprve v roce 2003 a tehdy začalo jeho zpracování. Přestože pro Fridu měla fotografie velký význam, větší část její sbírky zůstala na přání Diega Rivery před veřejností skryta po dobu 50 let.

K nalezeným fotografiím byl pozván přední znalec a historik Pablo Ortiz Monasterio, který uspořádal výsledný výběr a rozčlenil jej do šesti tematicky ucelených kapitol, které dnes tvoří tuto výstavu.

Ta přináší 241 dosud neznámých fotografií, které zachycují různá období ze života Fridy, její rodiny, blízkých přátel, obdivovatelů a osobností, kterých si sama vážila.

Praha, 4. září 2019 – V Divadle Na zábradlí právě startuje nová divadelní sezona nabitá pěti premiérami i zahraničním hostováním v Paříži a v Londýně. V neposlední řadě překvapí novým vizuálním stylem z dílny Studia Najbrt. Herecký soubor se rozroste o mladé tváře Kateřiny Čísařové a Vojtěcha Vondráčka.

Premiéry

Stávající repertoár Divadla Na zábradlí obohatí nejdříve inscenace *Krátké rozhovory s odpornými muži* tvůrčího tandemu Kristýna Jankovcová a Adam Svozil, která zpracovává stejnojmennou povídkovou knihu amerického spisovatele D. F. Wallace. V literárních vodách pak zůstane i další titul. Konkrétně se jedná o novou dramaturgii románu Josepha Conrada *Tajný agent*, kterou bude režisovat David Jařab. Dále se diváci mohou těšit na novinku mladých tvůrců Petra Erbesa a Borise Jedináka s nevšedním názvem *Kyjem po kebuli*, a dále na inscenaci *Na břevno* v režii, především filmového tvůrce, Jana Prušinovského. Celou sezonu zakončí nová premiéra Jana Mikuláška, kterou bude jevištní zpracování románu Honoré de Balzaca *Ztracené iluze*.

Zahraniční hostování

Zábradlí letos čeká několik významných zahraničních hostování. Nejdříve se *Požítkaři* představí francouzskému publiku v Paříži, kde se zúčastní festivalu českého divadla *Na skok do Prahy*. Následovat bude festival *Czech Velvet 1989-2019*, v rámci kterého do Londýna zavítá Inscenace roku 2014 *Velvet Havel*.

Redesign značky a nový vizuální styl

V sezoně 2019/2020 divadlo představuje nový styl vizuální prezentace z dílny Studia Najbrt a redesignem loga se zároveň navrácí ke značce Libora Fáry z 60. let. Cílem nového vizuálního stylu je adekvátně reflektovat sebevědomý a výrazný repertoár a styl Divadla Na zábradlí, který se přirozeně vyvinul do současné podoby.

Tisková konference

K čemu slouží tisková konference?

Kdy ji uspořádat?

Kdy ji naopak nedělat?

Je tisková konference v kultuře mrtvý nástroj?













Národní galerie v Praze si Vás dovoluje pozvat na

RUBENSOVU HOSTINU

pořádanou u příležitosti představení významné zápůjčky
obrazu Petra Paula Rubense Večeře v Emauzích ze
španělského Museo Nacional del Prado.

Hostiny se zúčastní P. Juan Provecho, Řád svatého Augustina,
Jiří Fajt, generální ředitel Národní galerie v Praze, Olga
Kotková, kurátorka Sbírky starého umění.



ČT: K večeři si Rubens namaloval Večeři. Zve na ni i Národní galerie

ČRo: Obraz, pod kterým stoloval Petr Paul Rubens, teď můžete vidět v Praze coby

Dílo sezóny NG

Novinky.cz: Vzácný obraz Petra Paula Rubense v Praze

Blesk.cz: Národní galerie vystavuje Rubensův obraz zapůjčený z Madridu

Direct marketing

- Klíčový komunikační nástroj
- Sběr kontaktů
- GDPR (oprávněný zájem)
- Protokol
- Direct mailing
- E-mail marketing
- CRM nástroje

Event marketing

Jaké eventy v kultuře považujete za marketingový/PR nástroj?

- Tisková konference
- Novinářská prohlídka/projekce
- Komentovaná prohlídka
- VIP preview
- Premiéra
- Vernisáž
- Autorské čtení
- Autogramiáda

Jaké jsou vaše oblíbené kulturní eventy? Co vás osloví?





OPENING

26/3 2026
Veletržní palác

Digitální/online marketing...

- Síť, content marketing
- Online reklama, programatická reklama, PPC...
- Newslettery
- ...



grape_festival · [Sledovať](#)

...



grape_festival Tak, mládeži, v kľúde a pomaličky nové info:
 * finalizujeme nový vizuál a tému pre rok 2018
 * vstupenky v predaji čoskoro, onedlho dáme presné info k začiatku predaja
 * veríme, že prvé mená šupneme ešte do Vianoc
 * v tomto festivalovom roku sme sa rozhodli, že vynecháme outdoorovú kampaň (citylighty, plagáty, bigboardy),



Páči sa to používateľovi 12chova a ďalším

6. DECEMBER 2017

Pridať komentár...

[Uverejniť](#)



grape_festival · [Sledovať](#)

...



grape_festival Tak, mládeži, v kľúde a pomaličky nové info:
 * finalizujeme nový vizuál a tému pre rok 2018
 * vstupenky v predaji čoskoro, onedlho dáme presné info k začiatku predaja
 * veríme, že prvé mená šupneme ešte do Vianoc
 * v tomto festivalovom roku sme sa rozhodli, že vynecháme outdoorovú kampaň (citylighty, plagáty, bigboardy),



Páči sa to používateľovi 12chova a ďalším

6. DECEMBER 2017

Pridať komentár...

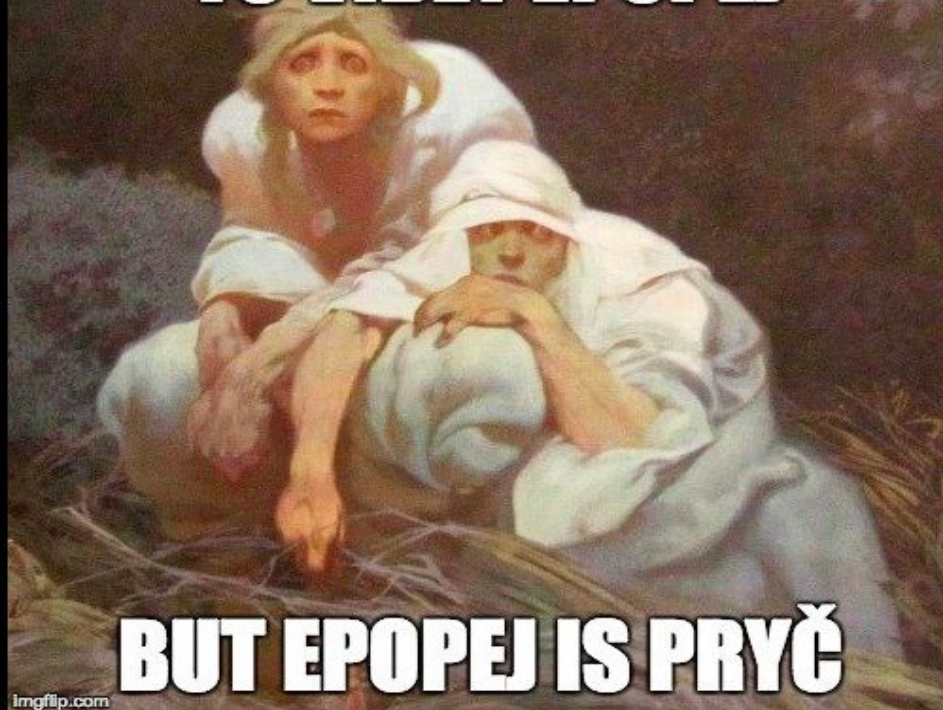
[Uverejniť](#)

Content marketing

Jaký obsah v souvislosti s kulturou sledujete?

- Web
- Blog
- Video
- Podcast
- Kvíz
- Obsah na sociálních sítích
- UGC
- Newslettery

**WHEN YOU JUST WANT
TO VIDĚT EPOPEJ**



BUT EPOPEJ IS PRYČ

imgflip.com



Národní galerie Praha



Zveřejněno Tereza Ježková [?]

Tato stránka se mi líbí · 3. leden 2017 · Upraveno ·



Milí návštěvníci, vzhledem k četným dotazům oznamujeme, že Slovanská epopej Alfonse Muchy již ve Veletržním paláci není k vidění.

Označit fotku

Označit produkty

Přidat místo

Upravit

1,7 tis.

41 komentářů 241 sdílení



To se mi líbí



Komentář



Sdílet



Nejstarší ▾

Zobrazit další komentáře (35)



Napište komentář...





Royal Academy  @royalacademy · Apr 1



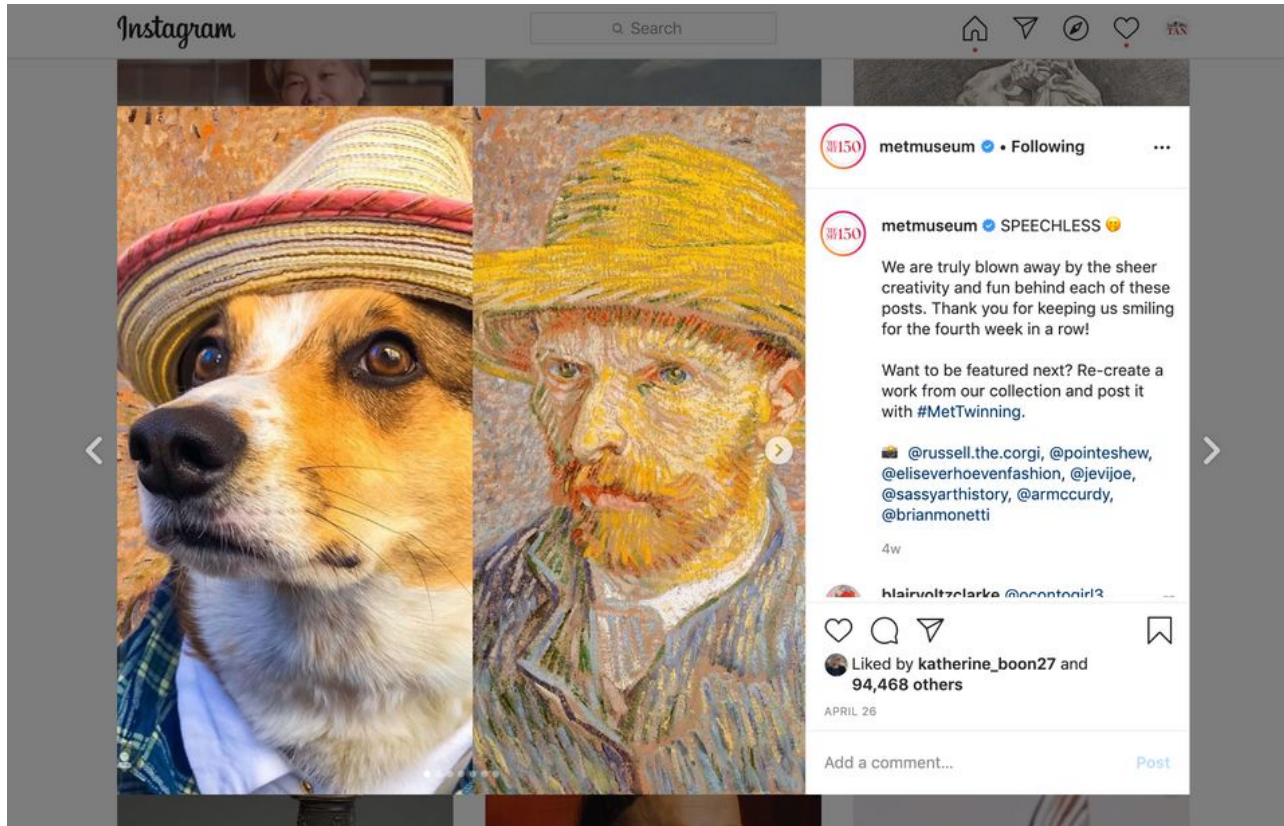
 68

 1.1K

 6K



[Art and social media: do museums need memes?](#)
[Museum World's King of Memes Brings](#)
[Humor to Lockdown](#) (Adam Koszary)



[The Metropolitan Museum of Art has gained almost 200,000 social media followers since lockdown began—here's how](#)

••••• ROGERS

4:51 PM



Teddy, 29

Dinosaur at Royal Ontario Museum



SETTINGS



EDIT INFO



4 SUPER LIKES



0 BOOSTS
GET MORE

MY TINDER PLUS



Teddy, 29

Dinosaur at Royal Ontario Museum

less than a kilometer away

Im a prehistoric, bipedal carnivore from the Cretaceous period with a big head and short arms.

Friends call me the king of the tyrant lizards.

Likes: meat, interesting smells, and hunting prey.

Dislikes: runners, making the bed, and meteors

Usually the loud one at parties.

#paleodiet

My Anthem

Theme From Jurassic Park - From T..

John Williams



Tinder is also primarily used by young people. 45% of users are 25-34, and a further 38% are aged 16-24. So when the Royal Ontario Museum identified a need to attract younger visitors to its establishment, they turned to Tinder as their unorthodox marketing channel.

In order to tell young people about their Friday Night Live event (#FNLROM), they signed Teddy the Dinosaur up to Tinder, complete with a witty and charming profile. His likes included "meat, interesting smells, and hunting prey" while his dislikes involved "runners, making the bed, and meteors".

Teddy's got Game

Are you into carbon dating?

Sent

May 12, 2017, 10:01 PM

Bahahahahahaha

Omg yes. Your first line is a good as your profile.





NEZAPOMĚŇTE

Česká filharmonie zve do Carnegie Hall

Influencer marketing

Jakou roli má v oblasti kultury?

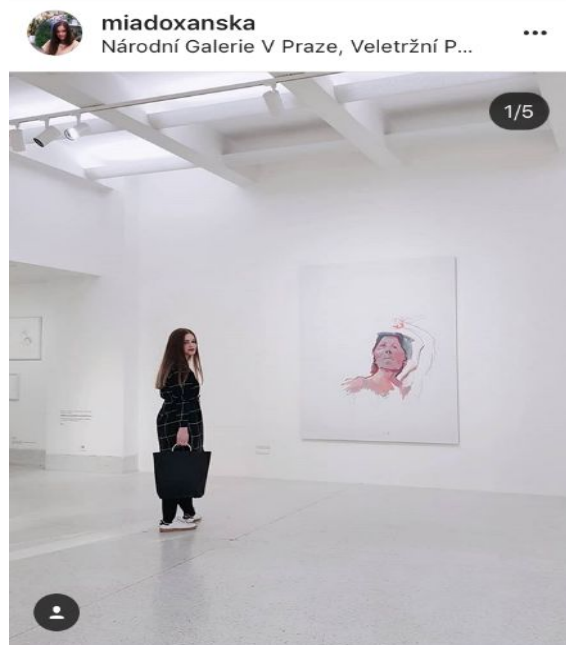
Kdo je influencer v kultuře?

Jak se liší v různých oblastech kultury?

Jak s ním pracovat?

- Pozvání na akci
- Dlouhodobá spolupráce
- Zapojení do vašeho contentu
- Důležitá volba s ohledem na positioning značky a cílovou skupinu

Znáte příklady? Kdo vás nejvíc ovlivňuje v oblasti kultury? Jaké typy influencerů oslovit ke spolupráci? Jaká konkrétní jména? Jakou formu spolupráce zvolit?







Alšova jihočeská galerie

13. května · 🌐

Chodit na umění není umění - Tomáš Třeštík

Fotograf Tomáš Třeštík v sérii "Chodit na umění není umění"....

Zobrazit víc

👍❤️👉 213

16 komentářů



To se mi líbí



Okomentovat



Sdílet



Komentáře

Skrýt

Nejrelevantnější ▾



Lumír Nykl

Snůška mentálních zvrtek 👍 1

To se mi líbí · Odpovědět · 29 t



Autor

Alšova jihočeská galerie

Pane Nykle, děkujeme za návrh, ale rozhodli jsme se stránku Snůška mentálních zvrtek nesledovat 🙏.

To se mi líbí · Odpovědět · 29 t



Karolína Fulínová Lišková

Pane Třeštíku, doporučuji Vám ty rukavice nestrkat do úst. Prachový depozit z uměleckých děl mnohdy obsahuje nepěkné věci 😊.

To se mi líbí · Odpovědět · 30 t

👍👉 2



Dennis Chotenovsky



Napište komentář...





Eliška Kaplický Fuchsová v odvážných šatech
Foto: Super.cz/Herminapress

Vdova po slavném architektovi v nebezpečně krátkých šatech: Odhalila nohy, stehna i zadek

8. listopadu 2016 13:25

Při příležitosti nedožitých osmdesátin světoznámého architekta a vizionáře Jana Kaplického proběhla v Tančícím domě vernisáž výstavy toho nejlepšího z jeho celoživotní tvorby s názvem JKOK Nekonečno Jana Kaplického.



Mutanti hledaj východisko — Škola v přírodě

Mutanti svlékli po Berenice Kohoutové další herečku: V novém klipu kapely hraje Hana Vagnerová

9. listopadu 2019 12:05

S kapelou Mutanti hledaj východisko nás seznámila na karlovarském filmovém festivalu herečka **Berenika Kohoutová** (29). Pánové ji přemluvili, aby se do jejich videoklipu k písni **Du prát svlékla jen do kalhotek**. Teď Mutanti pro další klip přemluvili její kolegyni **Hanu Vagnerovou** (37). A taky není moc oblečená.

27. dubna není hodina

Brief závěrečné prezentace

Stručné představení instituce

Jasně definovaný problém (konkrétní, podložený)

Cílové skupiny

Analýza stávající situace + klíčový insight

Strategie řešení (cíle, přístup)

Kreativní koncept (idea, sdělení)

Konkrétní návrhy (kampaně, obsah, aktivity)

Základní implementace (čas, rozpočet)

KPI (jak změříte úspěch)

Brief závěrečné prezentace

Délka 20–25 minut

Bud'te konkrétní (ne „zlepšíme sociální síť“)

Jasná vazba mezi probléme a řešením

Prezentujte, jako byste mluvili ke skutečnému klientovi/šéfovi

Prezentace 11. (3 týmy) a 18. (2 týmy) května – kdo kdy?

Literatura a zdroje

- JOHNOVÁ, R. Marketing kulturního dědictví a umění. Grada, 2008
- Tato prezentace byla při brainstormingu podpořena AI.