

## **Abstrakt**

Tato diplomová práce se zabývá analýzou České filharmonie z hlediska strategické komunikace. Práce předkládá historický vývoj orchestru v kontextu změn na pozici šéfdirigenta a současné fungování instituce z hlediska propojení její vnitřní a vnější komunikace. Práce zkoumá aspekty vnitřní komunikace instituce, následnou integraci vybraných oddělení do organizačního aparátu ČF a způsob komunikace obsahu široké veřejnosti. Nabízí tak komplexní pohled na interakci komunikačních prostředků kulturní instituce v oblasti klasické hudby z hlediska vnitřní i vnější komunikace. Metodologie zahrnuje sběr dat prostřednictvím polostrukturovaných hloubkových rozhovorů s vedoucími pracovníky České filharmonie a marketingový mix. Součástí výzkumu je interní analýza hudebního obsahu tří koncertních sezon a rozbor využívaných komunikačních nástrojů ČF v podobě sociálních sítí, digitálních médií či vizuální identity. Dotazníkové šetření se zabývá vlivem komunikačních nástrojů na rozhodovací procesy posluchačů, jejich vnímání způsobu komunikace ČF a následný dopad na návštěvnost koncertů. Výzkum je zaměřen na období tří koncertních sezon 2018/2019-2020/2021. Výsledkem práce je propojení tématu podstaty strategické komunikace v kulturním prostředí, způsob vnitřní a vnější komunikace ČF a užití komunikačních nástrojů se zkoumáním jejich vlivu na rozhodování posluchačů a návštěvnosti koncertů.