

Tato bakalářská práce se zabývá segmentací uživatelů veřejných knihoven v kontextu marketingové komunikace mezi knihovnou a uživatelem. Práce mapuje marketingovou teorii segmentace trhu, kterou přenáší do prostředí veřejných knihoven a popisuje několik významných segmentů. Praktickou část práce tvoří případová studie na příkladu Městské knihovny Nymburk, která popisuje vybrané cílové skupiny této knihovny a způsob práce s nimi. Popsány jsou marketingové aktivity knihovny a jejich vyhodnocení vzhledem k cílovým skupinám.