

## Obsah

1	SOUČASNÝ STAV ŘEŠENÉ PROBLEMATIKY	6
2	CÍLE PRÁCE AVÝZKUMNÉ OTÁZKY	7
2.1	Výzkum marketingových aktivit pro úspěch filmu	7
2.2	Výzkum využití filmu pro podporu produktu, odvětví a oblasti	8
2.3	Výzkumné otázky	8
3	ZVOLENÉ METODY ZPRACOVÁNÍ	9
3.1	Metody logické	9
3.2	Metody empirické	9
3.3	Detailnější rozbor	10
3.4	Použité vědecké metody	10
4	VÝSLEDKY, PROPOJENÍ A DOPADY	11
4.1	Výsledky, propojení a dopady dle využití marketingových aktivit pro úspěch filmu	11
4.1.1	Statistiky z odvětví vína	13
4.1.2	Dopady filmu v oblasti vína	14
4.2	Další zdroje pro odpovědi na výzkumné předpoklady	25
4.3	Další fakta a dopady využití filmu pro podporu oblasti turistiky	27
5	VERIFIKACE ZÁVĚRŮ PODLE ZAHRANIČNÍCH ZKUŠENOSTÍ	29
5.1	Rozbor dalších zahraničních zdrojů, důvody pro filmovou turistiku	32
6	STRATEGIE MARKETINGU AVD A UKÁZKY	33
Z	PRAXE	33
6.1	Film Bobule: komunikační prostředky	36
6.2	Možnosti pro komerční partnery filmu	38
7	PŘÍNOS PRÁCE PRO VĚDU, PRAXI A VÝUKU	41
7.1	Přínos pro vědu	41
7.2	Přínos pro praxi	41
7.3	Přínos pro výuku	41
8	ZÁVĚR	43
9	LITERATURA	45
10	SEZNAM PUBLIKACÍ AUTORA	52
11	CV AUTORA	54