

Název projektu: Úspěšnost a viditelnost marketingové prezentace. Názory obyvatel na marketingovou prezentaci „EVROPSKÉ HLAVNÍ MĚSTO KULTURY ROKU 2015“

Klíčová slova: Evropské hlavní město kultury roku 2015, marketing

Abstrakt: Cílem výzkumu, který si od katedry sociologie objednalo občanské sdružení EHMK 2015, bylo zjistit míru úspěšnosti, viditelnosti a dopad marketingové a PR prezentace města Plzeň, která se vztahuje ke kandidatuře města na titul „Evropské hlavní město kultury 2015“. Dílčími cíli proto bylo zjistit: (a) jaká je míra povědomí o konání kandidatury města na EHMK 2015, (b) zjistit kanály, kterými se informace o projektu mezi občany města šíří, tzn. identifikovat ty nejúčinnější a nejčastěji preferované, (c) zjistit úspěšnost dopadu kampaně na jednotlivé věkové skupiny, (d) zjistit úspěšnost dopadu kampaně v jednotlivých městských obvodech, (e) změřit spokojenost s podobou a množstvím informací spojené s kandidaturou. (f) identifikovat, jaké informace občanům chybí, atd.

Hlavní řešitel: PhDr. Jan Váně, Ph.D.

Spoluřešitel: PhDr. František Kalvas, Ph.D.

Doba řešení: 4/2012 – 5/2012

Finanční podpora: EHMK 2015 (197 000,- Kč)