

# OBSAH

<b>ÚVOD</b>	<b>9</b>
<b>O TVOŘIVOSTI A KREATIVNÍM MANAGEMENTU</b>	<b>14</b>
<b>REALIZACE DIVADLA</b>	<b>17</b>
Divadelnictví, divadelno, identita divadla a rozsah divadla	19
Theatre / Production / Producing / Realization	22
<b>POŘADATEL DIVADLA</b>	<b>23</b>
Terminologické minimum	25
Divadelní infrastruktura	30
<b>TYOLOGIE DIVADLA</b>	<b>33</b>
Divadlo veřejné služby, statutární, „stálé“	33
Divadlo jako soukromý podnik	34
Divadlo jako nezávislá nezisková organizace	36
<b>HISTORIE DIVADELNÍHO PODNIKÁNÍ V ČESKÝCH ZEMÍCH</b>	<b>39</b>
Odjakživa divadlo mnohojazyčné a soukromé	39
Divadlo první republiky (bez iluzí)	45
1927-1928: konec provincie!	48
Dvojí diktatura divadla	51
Showbusiness jako na Broadwayi	52
Proměna divadelní topografie po roce 1989	56
<b>AKTUÁLNÍ SITUACE DIVADLA</b>	<b>61</b>
Nejpřirozenější společenské fórum	62
Divadlo jako městotvorný prvek	63
Kulturní kapitál	65
Kulturní politika	67
<b>MANAGEMENT DIVADLA</b>	<b>71</b>
Předvídaní a plánování	73
Organizování	76
Právní formy provozování divadla	78

Struktura divadelního provozu a jeho složky	81
Další základní pojmy organizování divadla	84
Vedení	89
Řízení	91
Kontrola	93
<b>DIVADELNÍ MANAŽER A PRODUCENT</b>	<b>94</b>
<b>DIVADELNÍ PROJEKT, JEHO PŘÍPRAVA A REALIZACE</b>	<b>99</b>
Vznik a zánik divadla	102
Rozpočet	105
Realizace inscenace	109
<b>MANAŽERSKÝ PROCES JMÉNEM MARKETING</b>	<b>114</b>
Marketing a divadlo	116
Divadelní trh	124
Segmentace trhu a tržní nika	124
Konkurence	126
Přímý marketing v divadle	128
<b>NÁSTROJE MARKETINGU A MARKETINGOVÝ MIX</b>	<b>130</b>
Produkt	130
Portfolio produktů a služeb divadla	132
Multiplikace produktu	133
Agentáž, agent, agentura	137
Interval inscenace	138
Cena	140
Star-systém	142
Cenová politika, rabat, vstupenka	144
Distribuce	148
Propagace	153
<b>REKLAMA</b>	<b>155</b>
Firemní identita, image a další pojmosloví	159
Divadelní design	164
Reklamní kampaň	172
Tvorba reklamy	173
Formy komunikace	176
Herci v reklamě	181
Reklama v divadle	187

<b>PUBLICITA A DALŠÍ NÁSTROJE PROPAGACE</b>	<b>191</b>
Podpora prodeje	192
Osobní prodej	192
Direct mailing	193
<b>LIDÉ - ZAMĚSTNANCI A DIVÁCI</b>	<b>194</b>
<b>PUBLIC RELATIONS</b>	<b>203</b>
Hlavní média PR	204
Lobby	211
<b>FUNDRAISING</b>	<b>215</b>
Multiplikační efekty dotací do divadel	220
Pojmosloví fundraisingu	222
Granty	224
Sponsoring / Sponzorství	226
Merchandising	231
<b>NEZISKOVÝ SEKTOR</b>	<b>236</b>
Nezávislá kulturní centra	237
Atypické projekty	242
Festivaly	254
Festival jako umělecké dílo	257
Koprodukce a mezinárodní projekty	261
Bonus první: Independents	272
Bonus druhý: Kulturní turistika	274
Postavení Prahy	277
Management divadla a teatrologie	280
Závěr	282
Ediční poznámka a poděkování	284
<b>POZNÁMKY</b>	<b>285</b>
<b>LITERATURA / DATABÁZE / INTERNET</b>	<b>305</b>
Výběr z literatury	305
Bakalářské a magisterské diplomové práce	323
Periodika	329
Databáze / Internet	330
O autorovi	331
Summary	333
Resümee	335