

# ABSTRAKT

**Název:** Vnímané archetypy týmů české hokejové extraligy

**Cíle:** Cílem práce je zjistit, jaké archetypy přiřazují fanoušci českého hokeje konkrétním týmům české extraligy v sezóně 2023/2024.

**Metody:** Základním prvkem bakalářské práce byl marketingový výzkum zaměřený na vnímání značek týmů, které se účastnily sezóny 2023/2024 české hokejové extraligy. Tento výzkum byl prováděn prostřednictvím elektronického dotazování. Teoretická část práce vychází především z rozboru dostupné literatury o teorii archetypů, jejich využití v marketingu organizací a pojmů potřebných pro pochopení celé problematiky. V rámci analytické části byly aplikovány projektivní techniky, konkrétně metody personifikace a vizualizace.

**Výsledky:** Dlouhodobě úspěšné týmy mají jeden hlavní archetyp, např. HC Oceláři Třinec. Ostatní týmy s průměrnými výkony inklinují k jednomu či více archetypů, např. HC Vítkovice Ridera.

**Klíčová slova:** lední hokej, fanoušci, branding, extraliga