

Abstrakt

Bakalářská práce zkoumá marketingové komunikační strategie používané sázkovými společnostmi v odvětví esportu. Na základě analýzy navrhuje doporučení pro změnu komunikace. Teoretická část poskytuje přehled o počítačových hrách a esportu. Definuje klíčové pojmy a roli esport subjektů, tedy profesionální hráče, esportové týmy a organizátory turnajů. Zároveň pojednává o roli nových médií ve vysílání esportových utkání. Praktická část je rozdělena na dvě části – kvalitativní strukturované rozhovory a kvantitativní dotazníkové šetření. Strukturované rozhovory byly vedeny s odborníky na marketingovou komunikaci v rámci esportu a kvantitativní průzkum se zaměřoval na spotřebitele esportu s cílem zjistit názor fanoušků ohledně spolupráce. Z rozhovorů vyplynulo, že sponzoring od sázkových společností je klíčový pro finanční podporu a profesionalizaci esportu. Hlavním cílem sázkových kanceláří je zvýšení viditelnosti. Představitelé esportu si chválí nadstandardní aktivity ve spolupráci, které partnerství posunují na vyšší úroveň. Fanoušci esportu tuto aktivitu také vítají, z dotazníkového šetření vyplývá, že téměř třetina respondentů se díky spolupráci zvýšil zájem o týmy nebo turnaje. Doporučení zahrnuje začlenění více interaktivních prvků, podporu pobídek k první sázce a možnost alternativních odměn. Tato práce by měla sloužit jako doporučení pro komunikační odborníky ze světa sázkových kanceláří, kteří chtějí využít esportové týmy k propagaci své značky. Z doporučení mohou čerpat i esport subjekty, které chtějí získat sponzora.