

Bakalářská práce „Značky Adidas a Puma v letech 2006-2008 : komparativní studie“ se zabývá srovnáním positioningu a komunikačních aktivit sportovních značek adidas a Puma v letech 2006 až 2008 na českém i globální trhu se sportovním zbožím. Společný původ a historie se odráží v produkci i marketingové komunikaci těchto značek, které patří mezi lídry v oblasti sportovního průmyslu a sponzoringu. První dvě části se zabývají představením značek adidas a Puma a jejich vznikem, popisuje prvotní plány bratrů Dasslerových, v pozdějších letech zakladatelů zkoumaných společností, vybudovat rodinnou továrnu na sportovní obuv, jejich konflikty a následný rozchod. Z historického pohledu rozebírá vývoj dobové reklamy a vizuální podoby obou značek. Ve třetí části se užitím metody komparace zkoumá vymezení marketingových nástrojů komunikačního mixu, konkurence a tržního prostředí v určitém časovém období, definování hodnoty značek v myslích spotřebitelů a jejího permanentního budování. Cílem závěrečné analýzy spotů a tiskové reklamy kampaní z let 2006 až 2008 je najít a následně i definovat vzájemnou provázanost dvou rivalů na poli sportovního průmyslu a poselství odkazující na jejich společné kořeny.