

## **Abstrakt**

**Název:** Marketingový výzkum o merchandisingu české fotbalové reprezentace

**Cíle:** Cílem této práce je vyzkoumat postoj registrovaných uživatelů na webových stránkách [www.fotbal.cz](http://www.fotbal.cz) k šíři nabídky a cenové dostupnosti produktů merchandisingu české fotbalové reprezentace v oficiálním e-shopu a ve stánku přímo na stadionu při domácích zápasech české fotbalové reprezentace. Z interpretace výsledků, které budou získány pomocí marketingového výzkumu, je úkolem navrhnout návrhy na vylepšení současné nabídky produktů merchandisingu a optimalizovat a zvýšení povědomí o oficiálním e-shopu s merchandisingem české fotbalové reprezentace.

**Metody:** K získání dat od respondentů byla použita metoda elektronického dotazování. Dotazníky byly ukládány pomocí internetové aplikace Google Docs.

**Výsledky:** Respondenti se vyjádřili komplexně k merchandisingu české fotbalové reprezentace. Vyhodnocení získaných dat bylo základem pro stanovení návrhů a doporučení k celkovému vylepšení merchandisingu. Tyto návrhy a doporučení směřovaly k marketingové agentuře STES a společnosti BIGSPORT.

**Klíčová slova:** marketingový výzkum, popularita sportu, fotbal