

## **Abstrakt**

**Název:** Systém sponzorování a návrhy na využití sponzorovaných sportovců v marketingové komunikaci společnosti General Sport s.r.o.

**Cíle:** Hlavním cílem této diplomové práce je vytvoření návrhů pro lepší využití sponzorovaných sportovců v marketingové komunikaci, které budou vytvořeny na základě celkové analýzy problematiky sponzorování společnosti General Sport s.r.o. Návrhy budou opřeny o interní informace a data společnosti a budou tak lépe realizovatelné v praxi.

**Metody:** V této práci byla využita zejména metoda dotazování písemného a ústního. Ke zhodnocení celkového vztahu ke sponzoringu a využívání sponzorovaných subjektů byla dále použita metoda hloubkového interview, která pomohla získat informace hlubšího významu. Základní fakta o společnosti byla zjišťována v průběhu práce osobními rozhovory s jednatelem firmy. Kombinace těchto metod dotazování byla zvolena pro svůj doplňující charakter a kvalitnější získání informací.

**Výsledky:** Výsledky celé práce vycházející, jak z informací získané od sponzora, tak z informací od sponzorovaných, ukazují, že systém sponzorování společnosti GS je nedostatečně propracovaný. Zcela mu chybí jasná struktura, jasně daná pravidla, která nejsou dodržována ani jednou stranou. Nejdůležitějším doporučením pro společnost GS je předání kompetencí jedné osobě, která se bude zabývat problematikou sponzoringu a bude dohlížet na dodržování závazků obou stran tohoto vztahu. Nejdůležitějšími návrhy pro využití sponzorovaných v marketingové komunikaci společnosti GS jsou motivační blog vedený sponzorovaným, speciální sportovní eventy či produktové fotografie.

**Klíčová slova:** sponzoring, marketingová komunikace, Under Armour