

ABSTRAKT

Název: Preference a vnímání tenisových značek v TK Pelhřimov

Cíle: Cílem bakalářské práce je zjistit, jak členové Tenisového klubu Pelhřimov vnímají značky vybraných tenisových produktů a porovnání preferencí s jejich skutečně vlastněnými produkty.

Metody: V práci je využita hlavně metoda dotazování. Jedná se o písemnou formu dotazování, která je určena pro členy TK Pelhřimov. Dále je pak použit polostrukturovaný a strukturovaný rozhovor s některými členy, na jejichž základě byl zhotoven dotazník a zjištěny důležité informace o klubu.

Výsledky: Z vybraných dotazníků vyšlo najevo, že vnímání značek je ovlivněno typem produktu. Výsledné barvy se i u stejných značek liší právě kvůli produktu. U charakteristik, které byly u jednotlivých značek zvoleny respondenty, převažovaly nejpodstatnější vlastnosti s ohledem na typ produktu.

Klíčová slova: Tenis, preference značky, vnímání značky, TK Pelhřimov