

## **Abstrakt**

Název: Marketingová komunikace běžeckého projektu – Sokolský běh republiky

Cíl práce: Analýza a zhodnocení marketingové komunikace Sokolského běhu republiky v sezóně 2019, což byla premiérová sezóna této běžecké události.

Použité metody výzkumu: Pro naplnění cílů této bakalářské práce byly použity kvalitativní metody výzkumu. První výzkumnou metodou byl polostrukturovaný rozhovor s tiskovým mluvčím závodu. Další metodou bylo zúčastněné pozorování a čerpání dat ze sekundárních zdrojů. Výzkum byl doplněn o výsledky z elektronického dotazníkového šetření. Dotazník byl vytvořen skrz platformu vyplnto.cz a distribuován do Facebookových běžeckých skupin. Respondenti vyplňovali dotazník zcela anonymně a dobrovolně.

Výsledky: Výsledky práce ukázaly kvalitu marketingové komunikace běžecké události – Sokolského běhu republiky na základě teoretických poznatků. Zhodnotil se také názor veřejnosti na dosavadní marketingovou komunikaci a zjišťovalo se povědomí lidí o tomto závodu. V závěre pak kromě zhodnocení premiérové sezóny byly předneseny i případné doporučení pro komunikaci v následujících sezónách.

Klíčová slova: marketing, komunikační mix, analýza, strategie, premiérová sezóna, běžecká událost