

Abstrakt

Název práce: Marketingový výzkum spokojenosti účastnic Evropského týdne žen v letech 2009 – 2011.

Cíle práce: Prezentace a interpretace výsledků marketingového výzkumu v letech 2009 – 2011, ověření hypotéz, doporučení organizátorům akce dle zjištěných výsledků.

Metoda: Kvantitativní výzkum v letech 2009 – 2011, písemné dotazování, analýza spokojenosti zákazníků.

Výsledky: Veškerá zjištění jsou prezentována v praktické části práce, ověřují předem stanovené hypotézy, jsou důležitým zdrojem informací organizátorům akce a reflektují vývoj spokojenosti účastnic v letech 2009 – 2011.

Klíčová slova: marketing, marketingový mix, marketingový výzkum, spokojenost zákazníka, sportovní management, sportovní marketing.