

Abstrakt

Moje bakalářská práce se zabývá názorem dnešní mládeže na hodnotu a image značky Adidas.

Hlavním cílem této práce je zjistit, jak jsou výrobky značky Adidas vnímány sportujícími žáky základních škol, jak tuto značku znají a jak jsou spokojeni s jejím sortimentem.

Získáváním poznatků, informací a definováním pojmů v oblasti marketingového výzkumu hodnoty značky a propagace se zabývám v teoretické části.

V praktické části se budu zabývat sběrem potřebných dat, informací a následným zpracováním získaných dat do konkrétních výsledků. Ve své práci použiji techniku písemného dotazování.

Klíčová slova: značka, image značky, propagace, Adidas, marketingový výzkum