

Abstrakt

- Název:** Marketingový výzkum osobnosti sportovní značky Nike.
- Cíle:** Cílem bakalářské práce je na základě marketingového výzkumu zjistit, jaká je osobnost sportovní značky Nike. Poté na základě výsledků provedeného výzkumu navrhnout případná řešení, která by vedla ke kvalitnějšímu strategickému řízení značky Nike. Studie bude zaměřena na silné a slabé stránky uvedené značky a jejich důležitost pro zákazníka.
- Metody:** Pro získání primárních dat byla použita metoda písemného dotazování s prvky dotazování elektronického. Identifikace osobnosti sportovní značky Nike byla provedena pomocí metody měření osobnosti značky podle Jennifer Lynn Aaker (1997). Interpretace získaných dat byla provedena jejich statistickou analýzou.
- Výsledky:** Výsledky výzkumu ukázaly, že sportovní značku Nike charakterizují vlastnosti originální, optimistická, trendy, cool, mladá, nápaditá, aktuální, současná, úspěšná, vůdčí, sebejistá a good-looking. Naopak vlastnosti maloměstská, zaměřená na rodinu a ochránářská nejsou této značce vlastní.
- Klíčová slova:** sportovní značka, osobnost, marketingový výzkum