

ABSTRAKT

- Název:** Marketingový výzkum popularity ZOH Soči 2014
- Cíle:** Cílem této bakalářské práce je zjistit popularitu ZOH Soči 2014 u českých návštěvníků těchto her.
- Metody:** K marketingovému výzkumu v této práci jsem použila metodu kvantitativního sběru primárních dat, metodu osobního dotazování s využitím dotazníku. Sestavený dotazník byl mnou distribuován mezi české návštěvníky ZOH Soči 2014 v místě dění her, v prostředí Českého olympijského domu. Sběr dat probíhal přibližně dva týdny a získané informace byly zpracovány pomocí počítačové techniky.
- Výsledky:** Pomocí marketingového výzkumu jsem zjistila, že ZOH Soči 2014 jsou mezi českými návštěvníky her velmi populární. Výzkumu se zúčastnilo 200 osob, z nichž 182 respondentů dotazník vyplnili. Ze získaných výsledků vyplývá, že ZOH Soči 2014 se zúčastnili především čeští diváci věkové kategorie 36 – 45 let, kteří se věnují sportu rekreačně a jeví zájem o dění na OH i prostřednictvím médií, kdy nejsou přímo součástí her. ZOH Soči 2014 splnily očekávání všech dotázaných a mnozí by doporučili návštěvu her ostatním.
- Klíčová slova:** dotazování, marketingový výzkum, olympijské hry, ZOH Soči 2014, popularita