

Abstrakt

Práce „Marketingové aktivity a PR seriálu závodů Spartan Race“ se zaměřuje na rostoucí oblibu tohoto typu závodění po celém světě. Překážkové závody prožívají v posledním desetiletí obrovský rozmach nejen v USA, ale i v Evropě. Spartan Race představuje v tomto směru jeden z nejúspěšnějších zahraničních konceptů, který jako první vstoupil na český a středoevropský trh vůbec. Tato práce si klade za cíl analyzovat použité marketingové a PR techniky seriálu závodů Spartan Race se zaměřením na online komunikaci. Současně je na výběrovém vzorku 50 respondentů z České a Slovenské republiky zpracováno kvalitativní dotazníkové šetření, které má odhalit silné a slabé stránky výše zmíněného seriálu závodů. Důraz je kladen nejen na organizační schopnosti pořadatelů, ale i na celkovou komunikaci směrem k zákazníkovi.