

## **Abstrakt**

**Název:** Brand equity profesionálního sportovního klubu

**Cíle:** Diplomová práce se zabývá výzkumem značky profesionálního sportovního klubu. Práce je doplněna odbornými studiiemi vztahujícími se k tématu, rozhovorem a realizovaným dotazníkovým šetřením. Hlavním úkolem práce je zjistit, jak fanoušci fotbalového klubu vnímají jeho značku, takzvané brand equity a jak se klub o tuto značku stará ve vztahu ke svým fanouškům. Také zjistíme eventuální nedostatky na stadionu při fotbalovém utkání.

**Metody:** Výzkum vnímání hodnoty značky fanoušky fotbalového klubu je proveden pomocí dotazníku. Další použitou metodou je interview, které proběhne s marketingovým ředitelem klubu. Jeho cílem je zjistit názor klubu na smýšlení jeho fanoušků spolu s rozebráním nedostatků, které fanoušci pocítují. Po vyhodnocení těchto metod jsme provedli konfrontaci.

**Výsledky:** Výsledkem práce je zjištění hodnoty značky fotbalového klubu vnímanou jeho fanoušky. Předložené návrhy na zlepšení plynou z vnímaných nedostatků fanoušky a ze snahy klubu dosáhnout lepší úrovně ve vztahu ke svému okolí a fanouškům.

**Klíčová slova:** Značka, povědomí o značce, hodnota značky, image