

## **Abstrakt**

**Název:** Marketingový výzkum hodnoty značky Umbro na trhu s fotbalovým příslušenstvím

**Cíle:** Hlavním cílem této práce je zjistit, jak vnímají hodnotu značky Umbro spotřebitelé fotbalového příslušenství. Dalším z cílů bylo identifikovat postavení značky Umbro vzhledem ke konkurenčním značkám, odhalit její silné a slabé stránky a navrhnout opatření, která by vedla ke zvýšení její hodnoty v očích zákazníků.

**Metody:** Tato práce využívá metodu kvantitativního výzkumu. Pro výzkum bylo nejprve nutné nashromáždit primární data. Ke sběru těchto dat bylo využito elektronické dotazování, výběr respondentů byl proveden částečně ovlivněným vzorkem. Rozsah vzorku respondentů byl stanoven na alespoň 80 respondentů.

**Výsledky:** Výzkum odhalil, že 78% respondentů má osobní zkušenost s fotbalovým produktem značky Umbro. Dále bylo zjištěno, že respondenti při nákupu fotbalového vybavení nejvíce dbají na kvalitu a funkčnost. Tato kritéria vyšla jako dvě z nejlépe hodnocených kritérií značky Umbro. Značce Umbro však podle respondentů chybí propagace, neboť si velká část z nich nedokáže vybavit jakoukoliv propagaci značky Umbro nebo spojení s nějakým známým fotbalovým klubem či hráčem.

**Klíčová slova:** marketingový výzkum, značka, hodnota značky, fotbalové příslušenství, Umbro