

Abstrakt

Tato bakalářská práce se věnuje problematice ambush marketingu – nebo také parazitujícího marketingu – na konkrétním příkladu Mistrovství světa v ledním hokeji, které se konalo v roce 2015 v Praze a v Ostravě.

Ve práci je shrnuta celková teorie ambush marketingu včetně několika reálných příkladů za posledních několik let ze světa mistrovství světa i olympiád a věnovala se i tématu sponzorství, aby byl jasný rozdíl mezi těmito dvěma druhy komunikace. Práce rozebírá i právní a etické limity této formy komunikace.

I přesto, že jde o stále běžněji praktikovaný způsob marketingové komunikace tento pojem laická veřejnost téměř nezná. Dle výzkumu v rámci praktické části mé bakalářské práce jsem zjistila většinovou neznalost pojmu, ale zároveň dobrou schopnost ambush marketing rozeznat. Celkově lidé ale ambush marketing vnímají spíše negativně a jako neetický.