

Abstrakt

Název: Návrh koncepce obchodní spolupráce na bázi sponzoringu pro vybraného extrémního sportovce

Cíle: Hlavním cílem této práce je vytvoření návrhu na obchodní spolupráci pro potenciální sponzory vybraného extrémního sportovce.

Metody: V práci je využita metoda hloubkových rozhovorů, elektronického dotazování a analýza dokumentů. Hloubkové rozhovory jsou provedeny s vybraným extrémním sportovcem, pro něhož je návrh spolupráce vytvořen a se současnými sponzory vybraného extrémního sportovce. Elektronické dotazování slouží ke zmapování sponzoringu extrémního kajakingu ve světě. Respondenty tvoří zástupci světové špičky sponzorovaných jezdců z celého světa. Sekundární výzkum a analýza dat proběhly z dostupných primárních elektronických zdrojů.

Výsledky: Výsledkem práce jsou dva specifické návrhy pro potenciální sponzory. Návrhy byly vytvořeny na základě podrobné analýzy vybraného extrémního sportovce. Jeho profil a fungování současného sponzoringu dokreslily hloubkové rozhovory se současnými sponzory. Pro lepší orientaci v odvětví sponzoringu extrémního kajakingu byly vytvořeny dotazníky pro nejlepší světové sponzorované jezdce. Na druhé straně byly zanalyzovány také firmy vybraných potenciálních sponzorů. Konečné návrhy by měly být spojením filosofie potenciálního sponzora v souladu s jedinečnými možnostmi propagace, které nabízí vybraný extrémní sportovec, což povede ke spolupráci na bázi win-win.

Klíčová slova: sponzorství, marketingové trendy, extrémní sporty, kanoistika, sportovní sponzoring