

## **Abstrakt**

- Název:** Marketingová komunikace projektu Pojd' hrát hokej
- Cíle:** Cílem této bakalářské práce je vyhodnotit provedení marketingové komunikace projektu Pojd' hrát hokej, identifikovat slabé stránky a navrhnout konkrétní kroky na zlepšení.
- Metody:** V bakalářské práci byly využity primární a sekundární zdroje. Byl proveden kvantitativní výzkum v podobě písemného dotazování. Cílovou skupinou dotazování byli rodiče dětí, kteří navštívili Týden hokeje v lednu 2020. Rovněž byl realizován kvalitativní výzkum v podobě rozhovoru s návodem, který proběhl s vedoucím projektu Pojd' hrát hokej PhDr. Pavlem Landou, Ph.D. Analyzovány byly interní databáze Českého hokeje, kterými byly prezentace reklamních plnění a rozpočet na online média. Proběhl také monitoring veřejných textů spojených s projektem, u kterých byla zkoumána především jejich frekvence a tematika.
- Výsledky:** Z výzkumu vyšlo, že marketingová komunikace je na vysoké úrovni. Respondenti zaznamenávali převážně kampaň na regionální úrovni. Nástroj, který je v komunikaci využíván, ale nepřináší téměř žádný užitek, je inzerce v tiskových médiích. Návrhem na řešení je změnit období, kdy kampaň v tisku probíhá, nebo snížit finanční prostředky vynaložené na tištěnou inzerci a použít je při online komunikaci, která je efektivnější. Dalšími návrhy pro zlepšení úrovně marketingové komunikace jsou grafické úpravy tištěných propagačních materiálů a zvýšení propagace na základních a mateřských školách. Ke zvýšení popularity ledního hokeje by pomohla komunikace na sociální síti TikTok.

**Klíčová slova:** lední hokej, marketingová komunikace, náborová akce