

Bakalářská práce „Celebrity marketing – Petr Čech v kampani České spořitelny“ pojednává o poměrně novém termínu z oboru marketingové komunikace, kterým je celebrity marketing. Celebrity marketing lze charakterizovat jako komunikaci (společnosti) s využitím tváří slavných osobností – celebrit. Tato práce se snaží objasnit problematiku tohoto mladého oboru, zprostředkovat zkušenosti zahraničních odborníků, vysvětlit základní pojmy a nastítnit možné způsoby práce s celebritami. Součástí práce je samozřejmě i zhodnocení efektivnosti reklam s celebritami a porovnání s reklamami bez slavných tváří, nezapomínám ani na možná úskalí, se kterými se marketéři při realizaci celebrity marketingu mohou v praxi setkávat. Získané poznatky pak aplikuji na konkrétní vybrané kampani. Tou je kampaň přední české bankovní instituce České spořitelny, která spolupracuje s jedním z nejznámějších českých sportovců – fotbalovým reprezentačním brankářem Petrem Čechem. V této části nejdříve představím oba protagonisty a poté se věnuji rozboru jejich několikaleté spolupráce. Závěrem se zabývám také zhodnocením současné situace na poli celebrity marketingu, úrovni využívání slavných osobností a možnému vývoji do budoucna.