

Abstrakt

Název: Aplikace a vyhodnocení sponzoringu v rámci pořádání soutěže v moderní gymnastice

Cíle: Hlavním cílem této práce je aplikace sponzorských balíčků zhotovených v bakalářské práci na bývalé a současné sponzory s cílem získat zpětnou vazbu a případně je nalákat zpět na lepší protislužby. Dalším subcílem je navázání spolupráce s novými potenciálními partnery pro soutěž v moderní gymnastice pomocí vytvořené nabídky šité na míru.

Metody: V práci jsou použity metody kvantitativního i kvalitativního výzkumu. Metoda písemného dotazování je použita u bývalých a současných sponzorů a metoda direct mailu a osobního polo-strukturovaného interview u nově vybraných potencionálních sponzorů.

Výsledky: Již v průběhu sběru dat byla prokázána neúplná využitelnost vytvořených sponzorských balíčků a naopak bylo zjištěno, jaké možnosti sponzorské spolupráce by partneři více preferovali. Na základě výsledků byly sestaveny nové sponzorské balíčky a především více žádaný nabídkový list reklam. Díky některým interview se podařilo pro soutěž získat nové sponzory.

Klíčová slova: sponzorský balíček, nabídkový list reklam, sportovní reklama, sportovní akce, dar