

ABSTRAKT

Název práce: Identifikace osobnosti značky mezinárodní sportovní události mistrovství světa v ledním hokeji

Cíle práce: Pomocí metody měření osobnosti značky identifikovat charakteristické vlastnosti vystihující značku mistrovství světa v ledním hokeji u pražské populace.

Metoda: Po prostudování literatury zabývající se osobností značky byla vybrána standardizovaná metoda měření osobnosti značky podle autorů Geuens, Weijters, De Wulf (2009), která byla dále upravená o doporučení týkající se měření mezinárodních sportovních událostí podle Jany Petráčkové (2012).

Výsledky: Značka mistrovství světa v ledním hokeji je nejvíce vystihována dimenzemi odpovědnost, aktivita a emocionalita. Tuto sportovní událost nejvíce charakterizují vlastnosti stabilní, aktivní a důvěryhodný. Na druhé straně nejméně vystihujícími dimenzemi mistrovství světa v ledním hokeji byly houževnatost a osobitost. Nejméně typickou vlastností se stala charakteristika odvážný.

Klíčová slova: osobnost značky, marketingový výzkum, mezinárodní sportovní událost, mistrovství světa v ledním hokeji