

## **Abstrakt**

- Název:** Marketingový výzkum využití moderních technologií v komunikaci s návštěvníky sportovní akce
- Cíle:** Cílem práce bylo zjistit jaká forma reklamy je tou nejúčinnější. Dále se jednalo o zjištění preferované metody koupě lístku. Podstatné byly také informace ohledně sponzorských stánků, avšak především šlo o výzkum využití moderních technologií jako platformy pro budoucí možnosti koupě vstupenky.
- Metody:** Práce vychází z teoretických poznatků, vázících se na dané téma. Pro zjištění ochoty využití moderních technologií u návštěvníků sportovních akcí byl použit marketingový výzkum – dotazníková metoda šetření. Výsledky jsou zachyceny tabulárně, graficky či box-plotem. Následnou interpretací těchto výsledků je zachycen aktuální stav řešené problematiky.
- Výsledky:** Marketingový výzkum na dané téma zatím v současnosti chybí. Můžeme tedy říci, že provedený výzkum je první na toto téma a svými informacemi jedinečný a velmi přínosný. Marketingové agentuře Česká sportovní a.s., jakožto zadavateli, výzkum přinesl pozitivní informace v několika oblastech - propagace, ticketing a spolupráce se sponzory. Takto získané informace mohou být využity nejen při tenisových akcích typu Fed Cup či Davis Cup, ale i všech ostatních, na jejichž pořádání se agentura podílí.
- Klíčová slova:** marketingový výzkum, moderní technologie, vstupenky, doprovodné aktivity, sponzoring, Fed Cup, Davis Cup