## Abstrakt

**Název:** Public relations AC Sparta Praha fotbal a.s.

**Cíle:** Hlavním cílem této práce je zhodnocení public relations fotbalového klubu AC Sparta Praha fotbal a.s. Práce se zaměřuje zejména na fungování oddělení komunikace a PR. Cílem práce je analýza a popis komunikačních kanálů klubu a návrh na jejich zlepšení.

**Metody:** V práci je využita metoda dotazníkového šetření, jedná se o elektronický dotazník ze stránek vyplnto.cz, další metoda je interview se zaměstnancem AC Sparta Praha fotbal a.s., který pracuje pro oddělení komunikace a PR. Další metodou je analýza interních dokumentů klubu.

**Výsledky:** Z výsledků práce vychází, že fanoušci jsou s prací oddělení komunikace a PR spokojeni. Klub využívá tři typy komunikačních kanálů, jsou to sociální sítě, magazín Sparta do toho! a webové stránky. Sparta by měla zlepšit obsah videí, měla by se zaměřit na představení hráčů po lidské stránce.



**Klíčová slova:** AC Sparta Praha fotbal a.s., fotbal, public relations, corporate design, dotazník, nová média