

## **Abstrakt**

**Název:** Sponzoring České spořitelny

**Cíle:** Hlavním cílem této bakalářské práce je představení sponzorského vztahu České spořitelny a Českého olympijského výboru, a to v přímé souvislosti s konáním letních olympijských her 2016. Vedlejší cíl pak spočívá v navržení doporučení pro následující praxi sponzoringu České spořitelny.

**Metody:** K naplnění stanovených cílů byla využita případová studie, která čerpá ze tří dílčích metod sběru dat. První představuje analýza dokumentů, a to zejména virtuálních dat. Druhou je pozorování v olympijském parku Rio – Lipno a fanzóně České spořitelny v Praze. Třetí metodou je kvalitativní rozhovor, a to jak rozhovor se současným vedoucím oddělení sponzoringu, tak i skupinová diskuse se dvěma zástupci oddělení, kteří se na přípravě kampaně rovněž podíleli.

**Výsledky:** Česká spořitelna podepsala v roce 2016 smlouvu o hlavním partnerství ČOV s platností do roku 2018, z níž vyplývá poskytnutí finančních prostředků výměnou za sérii výhod a práv vymezených ve sponzorském balíčku. Motivace banky k tomuto kroku vychází především z hodnoty spojení její značky s olympijským brandem. Česká spořitelna vytvořila integrovanou olympijskou kampaň Držíme palečky s cílem budovat konkrétní image banky, ale také motivovat rodiny s dětmi k aktivnímu sportování. Proto jsem navrhla větší projektovou spolupráci s oddělením CSR, a také nominování stálého ambasadora jako reprezentanta olympijské tradice.

**Klíčová slova:** marketingová komunikace, sponzoring sportu, olympijské sponzorství, společenská odpovědnost firem, aktivace sponzoringu, sponzoring bank