

Anotace

Bakalářská práce popisuje pojem celebrity marketing, což je využití známých tváří pro propagaci produktu nebo značky. V práci se budu snažit přiblížit pojem celebrity marketing, popíši, jaká jsou kritéria, kterými by se měla značka při výběru vhodné celebrity řídit. Dále nastíním důvody rostoucího zastoupení sportovních značek v módním průmyslu. Vzhledem k rozsahu bakalářské práce jsem se rozhodla zaměřit pouze na ženský trh, který v posledních letech roste mnohem rychleji než mužský trh. Teoretickou část bakalářské práce zakončím výčtem důvodů, které vedou sportovní značky k většímu zaměření na segment ženské módy.

V deskriptivní části představím tři značky, kterými se budu ve své bakalářské práci zabývat, a to značky Nike, Puma a Adidas. U každé zmíněné značky uvedu její historii a současnou pozici na trhu. V dalším kroku popíšu, jak jednotlivé značky přistoupily v letech 2014–2017 k cílení na ženský trh a ke spolupráci s globálně známými celebritami, které se primárně neživí sportem, a jaké celebrity si vybraly. V závěru představím výstupy spolupráce s jednotlivými celebritami.

V praktické části budu formou kvantitativního dotazníkového šetření zjišťovat, jaké povědomí má o spolupráci celebrit se značkami Nike, Puma a Adidas cílová skupina, jak na ni reaguje a zda je celebrity endorsement ovlivňuje při nákupu. Jako cílovou skupinu jsem si pro dotazníkové šetření určila pouze ženy, jelikož mnoho kolekcí, které celebrity propagovaly nebo na jejichž vzniku se podílely, byly určeny pouze pro ženský trh.