

Anotace

Bakalářská práce se zabývá mobilními geolokačními hrami a jejich využitím v marketingu. V úvodní, teoretické části práce je v souvislostech definován pojem mobilní geolokační hry, který je následně ukotven v rámci marketingu. Teoretická část se rovněž zabývá stručným vývojem a předpoklady, které vznik geolokačních mobilních her umožnily. Praktická část se následně věnuje výzkumu mobilních geolokačních her v České republice. Cílem výzkumu je zjistit od aktivních hráčů jednak jaké herní prvky a atributy preferují a jednak jak hráči vnímají propojení geolokačních mobilních her a marketingu. Výzkum vychází ze 119 odpovědí aktivních hráčů.