

ABSTRAKT

- Název:** Sponzoring esportu jako marketingový a komunikační nástroj firem
- Cíle:** Hlavním cílem této bakalářské práce je vytvořit doporučení pro spolupráci mezi sponzory a sponzorovanými subjekty v esportovém prostředí v České republice. Doporučení vycházejí z analýzy klíčových aspektů s důrazem na identifikaci benefitů, rizik a očekávání obou stran.
- Metody:** V práci je využito kvalitativního výzkumu, konkrétně polostrukturovaných rozhovorů. Výzkum je založen na cíleném výběru respondentů. Celkem se výzkumu zúčastnilo osm respondentů, kteří zastupují pohled sponzora nebo sponzorovaného subjektu v prostředí esportu.
- Výsledky:** Výsledkem je hluboké porozumění dynamice sponzoringu v esportu v České republice. Pro sponzory je zásadním rizikem nekorektní chování hráčů a nestabilita herní scény, zatímco pro sponzorované subjekty představuje riziko nedostatek finanční podpory, která má klesající tendenci. Praktické i teoretické poznatky naznačují, že efektivní spolupráce vyžaduje transparentní komunikaci, vzájemnou podporu a strategické přizpůsobení se dynamice trhu, což představuje klíčové faktory pro úspěšné sponzorské aktivity v esportovém prostředí.

KLÍČOVÁ SLOVA

Sponzoring, novodobé trendy, esport, organizátoři, herní kluby, akademický esport, herní centrum, benefity, rizika a výzvy