

Marketing sportovní akce

Cíl a struktura seminární práce

Cílem seminární práce je zpracování marketingového auditu sportovní akce a návrhů na zlepšení.

Strukturu práce lze shrnout do následujících bodů:

1. Úvodní strana + úvod (obecně k tématu - vlastními slovy)
2. Cíl a metodika
3. Základní údaje o akci
4. Analýza vnějšího prostředí
5. Využití marketingových nástrojů (vnitřní prostředí)
6. Sponzoring
7. Merchandising (prodej reklamních předmětů) a licence (symboly na produktech)
8. Marketingový výzkum
9. Návrhy a doporučení
10. Shrnutí a závěr
11. Zdroje
12. Přílohy

Úvodní strana

- Identifikace autorů (příjmení, jméno, skupina, předmět, ročník, škola, podpis)
- Název (Marketing
- Datum odevzdání

Základní údaje o akci

- Název, místo a čas konání
- Historie konání akce (stručný vývoj disciplín, pravidel, uvedení vítězů)
- Sportovní disciplíny, kategorie, návštěvnost

Analýza vnějšího prostředí

- makroprostředí (STEP analýza)
- mikroprostředí (konkurence, partneři, účastníci,

Vnitřní prostředí - využití marketingových nástrojů

- Před akcí, během akce a po akci
- Propagace (reklama, podpora prodeje, PR,, distribuce, cena,
- Zhodnocení

Sponzoring (≠ mecenáš, donátor)

- Sponzorování jednotlivých sportovců
- Sponzorování sportovních klubů a týmů
- Sponzorování sportovní akce
- Programový sponzoring (program na podporu sportu nebo prezentace sponzora)

Merchandising a licence

- Merch. – podpora prodeje vlastní akce
- Merch. – nabídka a prodej rekl. předmětů (hloubka, šířka, cena, místo prodeje)
- Licence: přenos sport. image na výrobek; využití známosti symbolu; odlišení homogenního výrobku

Marketingový výzkum

- zpracování dotazníku
- dotazníkové šetření
- řízený dialog s organizátory, manažery akce

Návrhy a doporučení

- hlavní a doprovodný program
- komunikace (návrh sloganu a informačního letáku) a distribuce
- cena, financování

Shrnutí a závěr

Úprava, hodnocení a odevzdání práce

Seminární práce bude vypracována na listy A4; řádkování 1,5; okraje 2,5 cm; písmo Times New Roman; velikost písma 12; nadpisy 14 bold; rozsah práce 7 – 10 stran textu včetně tabulek (grafy, obrázky, schémata, diagramy apod. uvést v příloze). Při hodnocení je rozhodující obsahová-faktická stránka práce a současně se přihlíží i k formální stránce.