

ABSTRAKT

- Název:** Výběr zahraničních hráčů a jejich využití v marketingu českých volejbalových klubů
- Cíle:** Hlavním cílem této práce je za pomoci marketingového výzkumu zjistit, jak kluby vybírají zahraniční hráče a jakým způsobem je využívají ve svých marketingových aktivitách. Následně pak formulovat doporučení, které by měly přispět ke zkvalitnění výběru zahraničních hráčů a jejich využití v marketingu.
- Metody:** Pro získání potřebných dat bylo využito kvalitativního výzkumu, který byl založen na polostrukturovaném rozhovoru s manažery jednotlivých klubů. Výsledky rozhovorů byly podrobeny komparativní analýze, na jejímž základě byla vyhotovena doporučení.
- Výsledky:** Z rozhovorů vyplynulo, že si manažeři bez zahraničních hráčů nedokáží dnešní prostředí nejvyšší volejbalové soutěže ani představit. Kromě výsledků, které by se s příchodem zahraničních hráčů měli zlepšit, vnímají manažeři zahraniční hráče jako zboží, které mohou prostřednictvím marketingu divákům prodat. Pro angažování zahraničních hráčů hovoří i fakt, že jsou co do platových požadavků výrazně levnější, než srovnatelní hráči z Čech. Při podpisu smluv se zahraničními hráči manažeři nejčastěji volí variantu jednoročního kontraktu s případnou obcí na rok další.
- Klíčová slova:** globalizace, migrace, sportovní prostředí, marketingové prostředí, sociální síť.