

Abstrakt

- Název:** Marketingová komunikace házenkářského klubu TJ Sokol Nové Veselí
- Cíle:** Hlavním cílem této bakalářské práce je vytvoření opatření a koncepce marketingové komunikace házenkářského klubu TJ Sokol Nové Veselí, jež povedou k jejímu zlepšení.
- Metody:** V této bakalářské práci byly využity kvalitativní metody – analýzu textů, dokumentů, webových stránek a sociálních sítí. Dále byl proveden polostrukturovaný rozhovor s místopředsedou klubu. Polostrukturované rozhovory byly realizovány také se třemi vybranými fanoušky.
- Výsledky:** Při analýze marketingové komunikace bylo zjištěno, že klub nevyužívá vzhledem ke svým možnostem komunikační nástroje tak efektivně, jak by mohl. Výsledkem této práce je koncepce možných zlepšení, které byly do marketingové komunikace klubu zapojovány již během tvoření samotné koncepce. Šlo především o zkvalitnění komunikace klubu s jeho fanoušky na jednotlivých profilech na sociálních sítích, webových stránkách nebo v přímé komunikaci. Pro udržení pozitivního vývoje změn je důležité, aby v klubu fungoval určený pracovník, který bude v této oblasti aktivně pracovat. Tyto návrhy vedly ke zlepšení komunikace mezi klubem a jeho fanoušky.

Klíčová slova: komunikační mix, online komunikace, házená, fanoušci, public relations