

Abstrakt

Autor: Martin Horák

Název: Marketingový mix vybrané sportovní organizace

Cíl: Hlavním cílem této bakalářské práce je sestavit doporučení jednotlivých nástrojů marketingového mixu pro sportovní klub. Aby bylo tohoto cíle dosaženo, musí nejprve dojít ke zhodnocení současného stavu. Aplikace navržených doporučení povede ke zvýšení kvality poskytovaných služeb, větší spokojenosti zákazníků a členů klubu a k celkovému zlepšení fungování klubu.

Metody: K analýze marketingového mixu je využito kvalitativního výzkumu pomocí polostrukturovaného rozhovoru, který je proveden s managementem klubu, s rodiči a s dospělými členy klubu.

Výsledky: Na základě zhodnocení současného marketingového mixu byly vytvořeny návrhy na jeho zlepšení. Nejvíce doporučení se naskytlo u produktu a propagace, jelikož se jedná o velmi důležité nástroje pro klub a také jim bylo v rozhovorech věnováno nejvíce času.

Závěr: V závěru je shrnut průběh práce a objevují se zde nejdůležitější návrhy pro zlepšení. Stejně tak jsou zde zahrnuty zajímavé a komplikované návrhy.

Klíčová slova: marketing, marketingový výzkum, sportovní klub, taekwondo, trénink, produkt, cena, propagace, distribuce, lidé, proces, prezentace, služby