

Abstrakt

CORPORATE IDENTITY HC SLAVIA PRAHA A JEJÍ VYUŽITÍ V KOMERČNÍ ČINNOSTI

Cíle: Cílem této práce je posoudit corporate identity HC Slavia Praha a využití jejích složek v komerční činnosti. Dalším cílem je navržení nových prostředků k posílení stávajících prvků identity a doplnění o prvky nové.

Metody: Práce byla vypracována na základě případové studie, zkoumání dokumentů a interview. Informace získané uvedenými metodami umožnili posoudit současný stav corporate identity a sloužily jako podklad pro sestavení SWOT analýzy, z jejíchž výsledků vychází návrhy na zlepšení současného stavu využívání prvků corporate identity.

Výsledky: Práce komplexně popsala hlavní znaky klubové identity HC Slavia Praha a využití těchto podstatných složek v komerční činnosti. Pomocí SWOT analýzy zdůraznila hlavní klady a nedostatky HC Slavia Praha v této oblasti a na jejím podkladě navrhla zlepšení současného stavu. Návrhy je možné shrnout do jednoho základního bodu, tj. zaměření na zvýšení návštěvnosti domácích utkání a v jejím důsledku budování značky HC Slavia Praha.

Klíčová slova: marketing, komunikační mix, corporate identity, lední hokej, HC Slavia Praha