

## **Abstrakt**

### ***ANALÝZA MARKETINGOVÉHO MIXU FK DUKLA PRAHA A NÁVRHY NA JEHO ZLEPŠENÍ***

**Cíle práce:** Analýza jednotlivých marketingových prvků, které tvoří kompletní marketingový mix. Komunikace s fanoušky klubu a zjištění jejich postojů k marketingu. Následné navrnutí patřičných doporučení v oblasti marketingu, která by zlepšila současnou image klubu.

**Metody:** Pro analyzování současného marketingového mixu bude použita případová studia a SWOT analýza, která odhalí silné a slabé stránky klubu. Kontakt s vedením klubu proběhne pomocí neformálního rozhovoru. Pro zjištění postoje fanoušků použijeme dotazník. Výzkumným souborem budou pravidelní fanoušci klubu. Získaná data spojím s vlastními poznatky a pokusím se udělat návrhy na zlepšení marketingového mixu.

**Výsledky:** Vypracované návrhy budou předloženy vedení klubu a budou mít možnost realizovat patřičné kroky k dosažení nových marketingových cílů. Studie odhalila nedostatky v oblasti marketingu a pomohla tak klubu.

**Klíčová slova:** marketingový mix, komunikační mix, medializace, dotazník