

Abstrakt

Název: Presentace partnerů na akci Fotbalová škola Petra Čecha 2010

Cíle: Cílem této práce je zhodnocení prezentace partnerů na akci Fotbalová škola Petra Čecha 2010 z více úhlů a nalezení možností jejího zlepšení. Práce se snaží připravit doporučení pro pořádající společnost SPORT INVEST Group, jak je možné posílit prezentaci partnerů, a získat tak nástroj jejich udržení a zároveň získávání nových partnerů.

Metody: Hlavní metodou je dotazování pomocí dotazníků. Práce využívá také interview a pozorování. Z dat získaných těmito metodami vycházejí SWOT analýza.

Výsledky: Práce ukázala, že nejdůležitější věcí, aby spojení bylo funkční, je aktivace partnerství. Co se týká přístupu k partnerům, je potřeba jim vycházet vstříc a průběžně přicházet s novými nápady na jejich prezentaci. Jméno Petra Čecha zahrnuté v projektu je pro partnery i pro samotné účastníky nesmírně lákavé.

Klíčová slova: marketing, sportovní marketing, pořádání sportovní akce, sponzoring, Fotbalová škola Petra Čecha