

Tato bakalářská práce je zaměřena na rozbor současného marketingového mixu, na analýzu tohoto mixu a následně se na základě zjištěných výsledků zabývá návrhy na změny směřující ke zlepšení mixu. Teoretická část je zaměřena na vymezení marketingových pojmů a jejich využití ve sportu. V metodologické části jsou popsány jednotlivé použité metody. V závěrečné části jsou interpretovány zjištěné výsledky výzkumu a analýzy SWOT a navrženy změny a úpravy stávajícího marketingového mixu fitcentra Fitness Fanatic.