

Abstrakt

Název: Vývoj a analýza marketingu ČOV se zaměřením na sponzoring

Cíle: Cílem diplomové práce je zhodnocení vývoje marketingu od založení marketingové agentury Česká olympijská as, spokojenosti partnerů s protinabídkou a formulace doporučení pro jeho zdokonalení.

Metody: V práci jsme použili smíšený výzkum, který jsme učinili pomocí analýzy textů a dokumentů, dotazníku a SWOT analýzy. Dokumenty nám přinášejí přehled o Českém olympijském výboru a jeho marketingové činnosti. Dotazník posloužil na vyjádření partnerů ke spolupráci s ČOV. SWOT analýza nám poskytla zhodnocení vnitřních a vnějších faktorů ovlivňujících ČOV.

Výsledky: Zjistili jsme, že marketing se každým olympijským cyklem zlepšoval a snažil se přinášet nové zdroje financí a vytvářet různé kampaně ke zvýšení povědomí o partnerech. Partneři v dotazníku vyjádřili 100% spokojenost s protinabídkou ČOV.

Klíčová slova: marketing, olympijský marketing, sponzoring, Český olympijský výbor