

Anotace (abstrakt)

Sport je celospolečenský fenomén utvářející pozitivní hodnoty a přispívající ke zdravému životnímu stylu. A jako takový je samozřejmě i součástí života lidí s handicapem. Ovšem mezi sportem zdravých a handicapovaných panují značné rozdíly, co se týče financování i zájmu veřejnosti. Cílem této práce je proto na základě porovnání marketingové komunikace Českého olympijského výboru a Českého paralympijského výboru navrhnout zefektivnění jejich vzájemné spolupráce za účelem poskytnutí pokud možno co nejrovnějších podmínek zdravým a handicapovaným sportovcům na všech výkonnostních úrovních. V práci jsem použil metodu deskriptivní analýzy a v jejím závěru navrhuji konkrétní komunikační řešení, která by měla vést k naplnění cíle práce. Na základě porovnání a analýzy komunikace obou zmíněných subjektů se domnívám, že zavedení užší spolupráce povede nejen k finanční úspoře v marketingové oblasti, ale zároveň k nárůstu počtu fanoušků, zvýšení mediálního zájmu a tím v konečném důsledku také ke zvýšení finančních příjmů.