

Abstrakt

Název práce: Komunikační mix fotbalového klubu na příkladu FC Baníku Ostrava

Cíle práce: Zhodnocení komunikačního mixu FC Baníku Ostrava, určení jeho silných a slabých stránek a navržení postupů pro možná zlepšení.

Metoda: Popisná analýza a analýza vnitřního a vnějšího prostředí pomocí metody SWOT

Výsledky: Upozornění na příležitosti a hrozící rizika v komunikaci a návrh možných řešení za užití nástrojů komunikačního mixu.

Práce si klade za cíl zhodnotit význam komunikace a jejích nástrojů pro fotbalový klub. V teoretické části jsou definovány nástroje marketingového mixu, komunikačního mixu a specifika jejich užití ve sportovní oblasti. Pomocí SWOT analýzy a popisné analýzy je zhodnoceno prostředí, v němž působí FC Baník Ostrava a jeho užití komunikačních nástrojů pro dosahování stanovených cílů. Na základě zjištěných faktů je pak možné zhodnotit komunikaci klubu, upozornit na silné stránky i slabá místa, prezentovat návrhy na možná nová zacílení komunikačních strategií a doporučit vhodné nástroje a kanály komunikace.

Klíčová slova

Marketing, cílové skupiny, komunikační mix, PR, podpora prodeje, merchandising