

Abstrakt

Název: Marketingový mix HC Energie Karlovy Vary

Cíle: Práce je postavena na dotazníkovém šetření mezi fanoušky klubu HC Energie Karlovy Vary. Jejím cílem je zhodnocení jejich názorů na marketingový mix klubu, následná interpretace těchto názorů a nakonec vytvoření doporučení založených na předchozí analýze.

Metody: K analýze marketingového mixu je využito dvou následujících metod. V první řadě se jedná o kvalitativní zúčastněné pozorování. Druhou metodou je kvantitativní elektronický dotazník, vytvořený za účelem získání relevantních dat o marketingu hokejového klubu.

Výsledky: Na základě analýzy marketingového mixu byly vytvořeny návrhy na jeho zlepšení. Nejvíce jich je produktového a propagačního typu. Hlavní návrhy jsou vylepšení doprovodného programu, přístupu ochranky a zvýšení kontaktu klubu s fanoušky.

Klíčová slova: marketing, lední hokej, marketingový mix, marketingový výzkum