

Abstrakt

Bakalářská práce je zaměřena na marketing Národní hokejové ligy (NHL) v rozmezí let 2005 až 2015. Tato kanadsko-americká soutěž vznikla v roce 1917 a dnes se jedná o nejstarší a nejslavnější hokejovou ligu na světě. Cílem práce je popsat, jaký vliv má marketing na chod NHL. Studie časově začíná rokem 2005, kdy byla kvůli neshodám mezi hráči a majiteli klubů zrušena celá sezona. S odstupem času jde o rozhodující obrat v historii NHL, protože výluka přinesla zavedení platového stropu, čímž se liga nesmírně vyrovnala, jelikož všechny týmy mohou za hráče utratit pouze určitou sumu peněz.

Hlavní pozornost jsem zaměřil na jednotlivé marketingové aktivity soutěže – televizní vysílání, venkovní zápasy, sponzory, Utkání hvězd, výlučky, platový strop a příjmy. Značný prostor věnuji i srovnání NHL s nejvýznamnějšími ligami na severoamerickém sportovním trhu. Výsledkem práce je zjištění, že vedení ligy využívá marketing a jeho nástroje v široké míře, díky čemuž NHL získává nové fanoušky a navazuje spolupráci s významnými sponzory. Práce je zakončena nastíněním pravděpodobného budoucího vývoje National Hockey League. Roční příjmy soutěže by do pár let měly atakovat hranici čtyř a půl miliard dolarů. Stejně tak se dá očekávat, že se hokejová liga rozroste o nové kluby v Las Vegas a Quebecu.