

Abstrakt

Název

Marketingový koncept českého poháru ve vodním slalomu

Anglický název

Marketing conception of Czech cup in white water slalom

Cíle práce

Analyzovat současný stav Českého poháru pomocí SWOT a STEP analýzy a použít tyto výsledky spolu s dalšími poznatky k vytvoření efektivní a propracované marketingové strategie. Díky získaným informacím bude navrženo několik sponzorských balíčků na základě rozdílných typů partnerství, jež by mohly být využity pro závod Českého poháru v následující sezóně (tj. 2009).

Metoda

V celé práci je použito popisné analýzy, která interpretuje fakta získaná prostřednictvím STEP analýzy, SWOT analýzy a interview.

Výsledky

Ucelená analýza Českého poháru ve vodním slalomu, návrh vhodných partnerů vedoucí ke zlepšení současného stavu a návrh spolupráce včetně časového plánu mediální kampaně.

Klíčová slova

Český pohár ve vodním slalomu, marketingová koncepce, SWOT analýza, sponzoring, komunikace