

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá využitím marketingu a public relations v českém sportovním prostředí na příkladu fotbalového klubu FC Viktoria Plzeň. Za tímto účelem jsou v teoretické části práce popsány disciplíny marketing a PR jak v klasické, tak sportovní rovině s cílem poukázat na jejich specifika ve sportovním prostředí. Zároveň teoretická část práce blíže představuje fotbal coby nejpopulárnější sport planety a také české fotbalové prostředí. V závěru teoretické části je představen samotný klub FC Viktoria Plzeň, který patřil po většinu své historie spíše mezi podprůměrné celky. Stoleté výročí svého založení však klub oslavil roku 2011 ziskem prvního mistrovského titulu v české nejvyšší soutěži, čímž započala jeho úspěšná éra. Následující sportovní úspěchy přilákaly pozornost fanoušků, médií a sponzorů, na což klub musel reagovat změnami ve svých komunikačních aktivitách. Praktická část práce se věnuje deskriptivní analýze vývoje těchto aktivit zejména směrem k fanouškům v období od roku 2011 do roku 2016, kdy klub získal již čtvrtý mistrovský titul. Pozornost je věnována především proměnám v prezentaci klubu, rozvoji online komunikace, organizování eventů a krizové komunikaci.