

Abstrakt

- Název:** Utváření značky ve fotbalovém klubu v českém prostředí
- Cíle:** Cílem diplomové práce je navržení strategie brandingů pro fotbalový klub FK Dukla Praha na léta 2018–2023. Řešení práce vychází z analýzy brandingů třech zahraničních sportovních klubů, jedné zahraniční ligové soutěže a případové studie rebrandingu. Na tuto část pak navazuje hodnocení brandingů českého fotbalového prostředí nejvyšší soutěže. Výsledky těchto případových studií slouží pro vypracování strategie brandingů fotbalového klubu FK Dukla Praha, která bude zaměřena na vývoj značky, loajalitu fanoušků, akce klubu i positioning značky vůči konkurenci.
- Metody:** Práce vychází z teoretických poznatků, vážících se k danému tématu. Pro zjištění a analýzu brandingů v zahraničí byly použity případové studie, veřejně dostupná data, metoda pozorování a komparativní metoda. Analýza českého prostředí v otázce utváření značky proběhla na základě monitorovacího výzkumu. Pro sestavení potenciálu značky fotbalového klubu FK Dukla Praha byla užitá metoda expertního rozhovoru s čelním představitelem klubu, na jejímž základě byla vytvořena SWOT analýza.
- Výsledky:** Práce přináší teoretický náhled a hodnocení brandingů v českém fotbalovém prostředí a poukazuje na směry a projekty, které mají potenciál do budoucna. Pomocí srovnání komparativní metodou a expertního rozhovoru bylo zjištěno, že značka klubu FK Dukla Praha stojí na čtyřech pilířích, kterými jsou směřování v podobě rodinného klubu, společenská odpovědnost, kvalita hry a mezinárodní jméno. Na základě získaných informací byly konkretizovány také slabé stránky, příležitosti a hrozby.
- Klíčová slova:** Značka, branding, fotbal, Dukla Praha