

Abstrakt

Název: **Fotbalové utkání AC Sparty Praha jako produkt pro marketing**

Cíle: Hlavním cílem diplomové práce je vypracovat návrhy a doporučení pro zdokonalení marketingových aktivit v den fotbalového utkání.

Metody: Zdokonalení jsou vypracována na základě elektronického dotazování fanoušků AC Sparty Praha a osobních rozhovorů s marketingovými experty v oblasti fotbalu. Použito bylo také přímé pozorování, bez použití techniky.

Výsledky: Doporučení a návrhy jsou zaměřeny na efektivnější využívání prvků marketingového produktu fotbalového utkání AC Sparty Praha na domácím stadionu. Nespokojenost fanoušků byla především v počtu a čistotě toalet, kapacitě stánků s občerstvením a rychlosti obsluhy. V bezpečnosti a doprovodném programu vidí fanoušci rezervy.

Klíčová slova: Sportovní marketing, spokojenost fanoušků, marketingový výzkum