

Abstrakt

Cílem bakalářské práce je analýza marketingové koncepce Pražské streetballové ligy a jejích marketingových cílů. Při zpracování analýzy jsme použili marketingový mix 7P, SWOT analýzu a dotazování hráčů, abychom zjistili jejich postoje k lize. Na základě výsledků analýzy se pokusíme navrhnout opatření vedoucí ke zlepšení marketingové činnosti. Pokusíme se doporučit, jak využít marketingové strategie pro rozšíření počtu družstev v Pražské streetballové lize a jak soutěž zlepšit, aby byli spokojeni hráči i vedení. Nejprve jsme sestavili SWOT analýzu z vlastních poznatků. Po skončení sezony jsme získali odpovědi od 10-ti hráčů z 8-mi týmů. Na základě SWOT analýzy, marketingového mixu a odpovědí hráčů jsme zjistili, co je v Pražské streetballové lize zapotřebí přehodnotit a upravit. Za nejdůležitější body k úpravě, můžeme považovat kvalitu hřiště a změnu pravidel. Dále vzhled, nepřehlednost a složitost webových stránek, které by mohly případné zájemce odradit a zároveň rozšířit propagaci do různých médií.