

Abstrakt

Název: Marketingový plán sportovního klubu v neziskovém prostředí

Cíle: Stěžejním cílem této bakalářské práce bude vytvořit na základě sebraných a zanalyzovaných dat marketingový plán pro neziskovou sportovní organizaci TJ SK Markvartice. Vytvořený marketingový plán bude vycházet z analýzy současné situace daného klubu a zároveň využívat poznatků neziskového marketingu tak, aby bylo v letech 2020 – 2024 dosaženo stanovených klubových cílů.

Metody: V naší práci jsme použili metody zúčastněného pozorování, polostrukturovaných rozhovorů, analýzy textů a dokumentů a metodu analýzy SWOT. Všechny tyto metody byly aplikovány za účelem vytvoření podrobné situační analýzy zkoumané sportovní organizace, která pomohla odhalit nejvýznamnější faktory ovlivňující zkoumaného subjektu a na základě nich stanovit marketingové cíle a strategie.

Výsledky: Na základě důkladného prozkoumání cílových skupin klubu a faktorů ovlivňujících vnitřní a vnější prostředí sportovní organizace byla zvolena nejvhodnější marketingová strategie. Realizace této marketingové strategie byla provedena formou implementace souboru prioritních opatření, které byly označeny za nejvýznamnější činitele s ohledem na plnění stanovené soustavy organizačních cílů a finanční možnosti klubu. Kromě srovnání nákladů spojených s realizací marketingových plánů s finančními možnostmi organizace byl rovněž vytvořen akční program jednotlivých prioritních opatření a systém jejich kontroly za účelem nastavení časového plánu dílčích aktivit rozvádějících zmíněná opatření a stanovení odpovědných osob za naplnění těchto aktivit.

Klíčová slova: Marketingový mix, analýza SWOT, SWOT matice, spolek, nekomerční marketing, akční program, marketingová strategie.