

Abstrakt

Název: Utváření značky sportovního klubu

Cíle: Hlavním úkolem diplomové práce je zjistit, jak se české hokejové kluby zaměřují na utváření značky a jak využívají potenciálu, který značka nabízí. Dalším úkolem je analýza značky vybraného hokejového klubu.

Metody: Interview, případová studie, komparativní metoda, SWOT analýza

Výsledky: Momentální podmínky v českém sportovním prostředí nejsou pro rozvoj značky moc příznivé. Sportovní kluby musí překonat řadu překážek a je jen pár týmů, které by mohly použít své jméno a logo pro vytvoření strategie značky bez nějakých úprav. Nicméně je to výzva do budoucna a možnost, jak zlepšit celkové vnímání sportu v České republice.

Klíčová slova: značka, podvědomí o značce, image značky, benefity