

## **ABSTRAKT**

- Název:** Marketingová koncepce pro I. ČLTK Praha
- Cíle:** Hlavním cílem této práce je vytvořit marketingovou koncepci I. ČLTK Praha, která identifikuje současný i budoucí stav organizace, stanoví cíle organizace a strategie jejich dosažení, definuje marketingový mix a určí způsob implementace a kontroly stanovených strategií.
- Metody:** V mojí práci jsem využil kombinaci kvalitativního a kvantitativního výzkumu. K definování výchozí situace jsem použil popisný výzkum, konkrétně techniku pozorování. K získání dalších údajů o situaci organizace jsem realizoval interview s manažery organizace. K hodnocení vnějších faktorů jsem uplatnil STEP analýzu. Kvantitativní výzkum představoval marketingový výzkum ve formě elektronického a písemného dotazování. Formulaci slabých a silných stránek klubu, příležitostí a hrozeb jsem uskutečnil pomocí SWOT analýzy, které jsem podrobil také konkurenci.
- Výsledky:** V rámci diplomové práce byla vytvořena marketingová koncepce pro I. ČLTK Praha.
- Klíčová slova:** Marketing, marketingová koncepce, marketingový mix, marketingový výzkum, sponzorování.