

## **Abstrakt:**

### **Název:**

Marketing tří vybraných fotbalových klubů vůči fanouškům

### **Cíl práce:**

Rozbor marketingového programu tří fotbalových družstev a jeho aplikace směrem k fanouškům na základě literatury, získaných materiálů a provedených rozhovorů.

### **Metody:**

Marketingový rozbor byl prováděn pomocí analýzy interních a externích dokumentů a publikací k danému tématu, dále pak pomocí nestrukturovaných rozhovorů s fanoušky a polostrukturovaných rozhovorů se zástupci klubů SK Slavia Praha a FC Flora Tallinn. Případová studie vycházela ze studia jednotlivých sportovních organizací a institucí a zachycuje popis vztahů v těchto klubech a vymezuje složitost tohoto problému. Tato deskriptivní studie je podpořena SWOT analýzou.

### **Výsledky:**

Porovnání marketingových programů jednotlivých fotbalových klubů a způsobů, jakým jsou tyto programy aplikovány.

**Klíčová slova:** Marketing, marketingový mix, sportovní marketing, komunikace, fanoušci