

Abstrakt

VYUŽITÍ SPONZORINGU FK DUKLA PRAHA V MARKETINGU SPONZORA

Cíle: Cílem této práce je odhalit nedostatky plynoucí ze sponzorství. Výstupem práce jsou doporučení v oblasti marketingu a prezentace.

Metody: Autor postupoval v práci metodou případové studie. Během poznávacích procesů využil autor analýzu dokumentů, interview se zástupcem marketingové agentury, marketingový audit a monitoring médií.

Výsledky: Práci byly odhaleny nedostatky v prezentování partnerů klubu, zejména ze stran partnera. Dalším poznatkem bylo zjištění, že Gambrinus liga je nedostatečně medializovaná.

Klíčová slova: partner, klub, sponzorské plnění, média, hospitality