

Název:

Marketingová koncepce České florbalové unie

Marketing conception of the Czech floorball union

Cíle práce: Analyzovat současnou marketingovou koncepci ČFBU a na základě výsledků analýz navrhnout novou marketingovou koncepci pro následující období.

Metoda: Analýza bude provedena prostřednictvím modelu BCG a analýz SWOT a STEP.

Výsledky: Vytvoření komplexního pohledu na současnou marketingovou koncepci České florbalové unie, zanalyzování všech faktorů, které na ní mají vliv. Vytvoření návrhu nové marketingové koncepce ČFBU pro následující období.

Klíčová slova: analýza SWOT, analýza pomocí modelu BCG, analýza STEP, marketingová koncepce, Česká florbalová unie