

## Okruhy otázek k ústní zkoušce

### I. **Obecná část**

1. Marketing – definice
2. Pojmy z oblasti marketingu
3. Marketingový mix
4. Produkt
5. Životní cyklus výrobku
6. Cena
7. Distribuce
8. Komunikace
9. Reklama
10. Podpora prodeje
11. PR
12. Přímý marketing
13. Marketingový výzkum
14. MIS
15. Postup marketingového výzkumu
16. Metody a techniky marketingového výzkumu
17. Výzkum spotřebitele
18. Proces nákupního chování
19. Cílové trhy a jejich segmentace

### II. **Sportovní marketing**

1. Sportovní marketing
2. Příjmy sportovních klubů
3. Dotace
  - a. definice, úvod do problematiky, příspěvek
  - b. Dotace z obecních rozpočtů
  - c. Dotace z krajských rozpočtů
  - d. Dotace ze státního rozpočtu
4. Sponzoring
  - a. Definice, vymezení
  - b. Sponzoring jako komunikační nástroj
  - c. Sponzorský balíček
  - d. Kdo může být sponzorován
  - e. Typy sponzoringu podle počtu sponzorů
  - f. Sponzorování formou „darů“
  - g. Sponzorování formou „reklamy“
  - h. Typy smluv (darovací – sponzorská, o reklamě – např. typ Smlouvy o dílo)
5. Měření účinnosti sportovního sponzoringu
6. Sportovní reklama
7. Merchendising
8. Sport a nákupní chování spotřebitelů
9. Sportovní značka, sportovec jako obchodní značka
10. Sazka, a. s.
11. ČSTV
12. Postavení Škoda –auto ve „světě sponzoringu“
13. Olympijské hry v Praze
14. Fotbal a sportovní marketing
15. NHL vs. Česká extraliga

### III. **Navrhnout řešení pro modelové situace (obdobné jako v seminářích)**