

Zadání seminární práce

Marketing velké sportovní akce

- Cílem je zpracování marketingového auditu SA
- Min. národní úroveň (MČR, SP, ME, MS, LOH, ZOH)

Základní struktura

- Úvodní strana
- Základní údaje o akci
- Využití marketingových nástrojů
- Sponzoring
- Merchandising (prodej reklamních předmětů) a licence (symboly na produktech)
- Televizní práva
- SWOT analýza
- Shrnutí a závěr
- Přílohy

Úvodní strana

- ◉ Identifikace autorů (příjmení, jméno, skupina, předmět, ročník, škola, podpis)
- ◉ Název (Marketing
- ◉ Datum odevzdání

Základní údaje o akci

- ◉ Název, místo a čas konání
- ◉ Historie konání akce (stručný vývoj disciplín, pravidel, uvedení vítězů)
- ◉ Sportovní disciplíny, kategorie
- ◉ Návštěvnost

Využití marketingových nástrojů

- Před akcí, během akce a po akci
- Reklama, podpora prodeje, PR,
- Zhodnocení

Sponzoring (≠ mecenáš, donátor)

- Sponzorování jednotlivých sportovců
- Sponzorování sportovních klubů a týmů
- Sponzorování sportovní akce
- Programový sponzoring (program na podporu sportu nebo prezentace sponzora)

Merchandising a licence

- ◉ Merch. – podpora prodeje vlastní akce
- ◉ Merch. – nabídka a prodej rekl. předmětů
(hloubka, šířka, cena, místo prodeje)
- ◉ Licence: přenos sport. image na výrobek;
využití známosti symbolu; odlišení
homogenního výrobku

Televizní práva

- Veřejnoprávní televize (ČT)
- Komerční televize (NOVA)
- Placená televize (UPC)
- Placené kanály (O2)
- Virtuální reklama a Split Screen

SWOT analýza SA

- ◉ Silné stránky (strengths)
- ◉ Slabé stránky (weaknesses)
- ◉ Příležitosti (opportunities)
- ◉ Hrozby (threats)

Formální úprava a odevzdání práce

- Formát A4; řádkování 1,5; okraje 2,5 cm; písmo Times New Roman; velikost písma 12; nadpisy 14 bold
- Rozsah práce 7 – 10 stran textu (bez příloh) včetně tabulek (grafy, obrázky, schémata, diagramy apod. uvést v příloze)
- Práci odevzdat v písemné podobě nejpozději 4.12.2015
- Při hodnocení je rozhodující obsahová-faktická stránka práce a současně se přihlíží i k formální stránce