

Management a marketing velké sportovní akce

Cíl a struktura seminární práce

Cílem seminární práce je zhodnocení managementu a marketingu velké sportovní akce (např. Mistrovství ČR, Světový pohár, Mistrovství Evropy, Mistrovství světa, Olympiáda apod.). Strukturu práce lze shrnout do následujících bodů:

- 1) Úvodní strana - výběr SA; název, jméno a příjmení, škola, fakulta; význam a úroveň zajišťování SA (region, ČR, zahraničí)
- 2) Základní údaje o SA (název, obsah – disciplíny, místo a termín konání; identifikace účastníků – sportovci-soutěžící, diváci-fanoušci, média, pořadatelé, trenéři apod.; volba sportoviště z hlediska sportovních výkonů, zázemí pro sportovce, kapacity pro diváky)
- 3) Formy a úroveň propagace (např. reklama, podpora prodeje, osobní prodej, public relations, direct mail), včasnost, úplnost a srozumitelnost informací
- 4) Dopravní dostupnost (možnosti přístupu, parkování apod.), doprava v místě (v rámci sportoviště či z ubytovacího zařízení)
- 5) Možnosti a úroveň ubytování (vzdálenost od sportoviště, druh a cenové možnosti)
- 6) Možnosti a úroveň stravování (ubytovací zařízení, sportoviště, jinde)
- 7) Organizační zajištění
 - harmonogram a jeho dodržení
 - prostoje a zpoždění
 - pořadatelská služba
 - dodavatelé služeb
 - sponzoři
 - volba sportoviště (z hlediska sportovních výkonů, zázemí pro sportovce, kapacita pro diváky)
- 8) Analýza rizik (identifikace případných rizik a možnosti jejich eliminace nebo snížení; použít kontrolovatelné a nekontrolovatelné vlivy)
- 9) Identifikace hlavních nákladových faktorů a možnosti financování
- 10) SWOT analýza a komentář

11) Kvantifikace kvality SA – metoda součtu vážených faktorů

a) vymezení hodnotících kritérií a přiřazení vah podle jejich důležitosti (součet 100)

b) ohodnocení jednotlivých kritérií pro SA (1 – nejhorší, 10 – nejlepší)

c) výpočet – součet násobků váhy a bodového hodnocení

12) Návrhy a doporučení na zvýšení úrovně příští SA

13) Závěr

Zdroje

Přílohy