

Zadání seminární práce

Marketing sportovní akce

- Cílem je zpracování marketingového auditu SA
- Marketingový výzkum
- Návrhy a doporučení

Základní struktura

- ◉ Úvodní strana + úvod vlastními slovy
- ◉ Cíl a metodika
- ◉ Základní údaje o akci
- ◉ Analýza vnějšího prostředí
- ◉ Využití marketingových nástrojů (vnitřní prostředí)
- ◉ Sponzoring
- ◉ Merchandising (prodej reklamních předmětů) a licence (symboly na produktech)
- ◉ Marketingový výzkum
- ◉ Návrhy a doporučení
- ◉ Shrnutí a závěr
- ◉ Zdroje
- ◉ 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

Analýza vnějšího prostředí

- makroprostředí (STEP analýza)
- mikroprostředí (konkurence, partneři, účastníci,)

Vnitřní prostředí - využití marketingových nástrojů

- Před akcí, během akce a po akci
- Propagace (reklama, podpora prodeje, PR,), distribuce, cena,
- 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

Marketingový výzkum

- zpracování dotazníku
- dotazníkové šetření
- řízený dialog s organizátory, manažery
akce

Návrhy a doporučení

- hlavní a doprovodný program
- komunikace (návrh sloganu a informačního letáku) a distribuce
- cena, financování

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)
- Při hodnocení je rozhodující obsahová-faktická stránka práce a současně se přihlíží i k formální stránce