

Návrh a vyhodnocení marketingové kampaně pro FK Ústí nad Labem, a. s.



Cíl práce:

Cílem bakalářské práce je na základě získaných podkladů zhodotit komunikaci klubu, a poté navrhnout kampaň na zlepšení komunikace.

Přínos:

Návrh na zlepšení komunikace směrem k veřejnosti, získání nových potencionálních fanoušků klubu, a zvýšení návštěvnosti na domácích utkáních klubu.

Abstrakt:

Bakalářská práce se zabývá návrhem marketingové kampaně pro akciovou společnost FK Ústí nad Labem. Bakalářská práce je rozdělena do dvou částí. V teoretické části bakalářská práce popisuje sportovní marketing, marketingový mix a jeho jednotlivé nástroje a také se zaměřuje na marketingovou kampaň. V praktické části bakalářská práce představuje FK Ústí nad Labem, a. s. a navrhuje vhodnou marketingovou kampaň, která dostane fotbalový klub Ústí nad Labem do povědomí širší veřejnosti a přiláká nové potencionální fanoušky klubu.



Masarykův ústav
vyšších studií

Autor práce: Petr Doubek

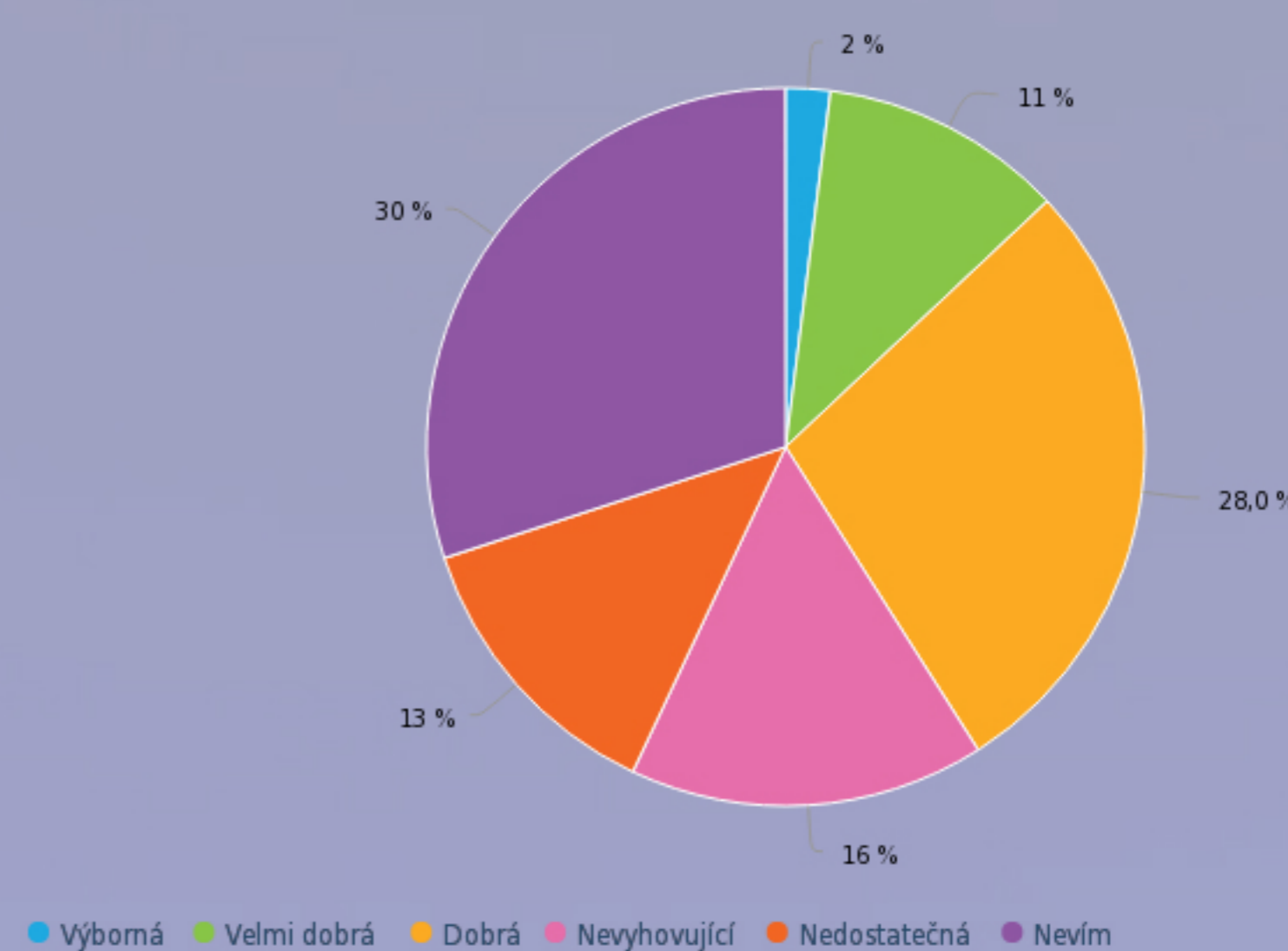
Akademický rok: 2017/2018

Studijní obor: Řízení a ekonomika
průmyslového podniku

Vedoucí práce: Ing. Petra Jílková, Ph.D.

Marketingový výzkum se zabýval převážně komunikací fotbalové klubu směrem k veřejnosti a k fanouškům. Z grafu lze vyčíst, jak lidé vnímají komunikaci klubu.

Jak hodnotíte komunikaci klubu k veřejnosti?



Abstract:

The Bachelor thesis deals with the proposal of a marketing campaign for the joint stock company FK Ústí nad Labem. The bachelor thesis is divided into two parts. In the theoretical part the bachelor thesis describes sport marketing, marketing mix and its individual tools and also focuses on the marketing campaign. In the practical part it present FK Ústí nad Labem plc. and suggests a suitable marketing campaign, which will get the football club Ústí nad Labem into the awareness of the wider public and attract new potential fans of the club.