

Obsah

Slovo ke čtenáři	13
1 Konceptuální obsah sportovního managementu	15
1.1 Význam a základní pojmy managementu	15
1.2 K pojetí sportovního managementu	18
1.2.1 K výkladu pojmů	18
1.2.2 Prostředí pro práci sportovního manažera	21
1.2.3 Funkce a činnosti sportovního manažera	28
1.3 Praxe sportovního managementu v ČR a v zahraničí	30
1.4 Studium sportovního managementu v ČR a zahraničí	33
1.5 Seznam literatury k 1. kapitole	33
2 Strategie a plánovací předpoklady v oblasti sportu	36
2.1 Podstata a smysl podnikatelské strategie	36
2.2 Problematika strategického plánování v manažerské literatuře sportu	39
2.3 Strategický marketing v podmínkách sportovních klubů	40
2.3.1 Stanovení cílů	40
2.3.2 Tvorba strategie vývoje	41
2.4 Aplikace strategického plánování ve sportu	45
2.4.1 Co umožňuje strategické plánování tělovýchovným a sportovním organizacím ..	46
2.4.2 Strategický plán v podmínkách sportovní organizace	46
2.4.3 Strategický postup pro realizaci sportovní akce	53
2.5 Smysl a další možnosti uplatnění strategického plánování v oblasti sportu České republiky	55
2.6 Seznam literatury ke 2. kapitole	55
3 Vymezení kritérií pro organizační struktury sportovních klubů	57
3.1 Způsob založení	57
3.2 Vymezení a naplňování cílů sportovních klubů	72
3.3 Identifikace a klasifikace činností	73
3.4 Organizační struktura sportovních klubů a tělovýchovných jednot.	74
3.5 Seznam literatury ke 3. kapitole	77
4 Role marketingu ve sportu	79
4.1 Model řízeného marketingu ve sportu	81
4.1.1 Poslání a cíle sportovní organizace	82
4.1.2 Analýza situace	82
4.1.3 Marketingový průzkum ve sportu a informační řídicí systém	84
4.1.4 Analýza zákazníka ve sportu	85
4.1.5 Marketing mix ve sportu	88
4.2 Specifika sportovního marketingu	92

4.2.1	Specifické vlastnosti sportovního produktu	92
4.3	Pojetí sportu jako průmyslového odvětví	105
4.4	Přístupy k marketingu ve sportu	114
4.4.1	Dílčí koncepce marketingu ve sportu	114
4.4.2	Komplexní koncepce marketingu ve sportu	115
4.5	Další aplikace marketingu ve sportu	117
4.5.1	Marketingový plán prodeje sportovních služeb	117
4.5.2	Marketing sportovních akcí	121
4.5.3	Fotbalové utkání jako produkt pro marketing	126
4.6	Trendy a perspektivy marketingu sportu	131
4.7	Závěr – budoucnost marketingu sportu v ČR	138
4.8	Seznam literatury ke 4. kapitole	139
5	Reklama ve sportu	143
5.1	Pojem sportovní reklama a její druhy	143
5.2	Funkce reklamy	144
5.3	Analýza jednotlivých druhů sportovní reklamy z hlediska jejich uplatnění	145
5.3.1	Reklama na dresech a sportovních oděvech	145
5.3.2	Reklama na startovních číslech	146
5.3.3	Reklama na mantinelu (ev. pásu)	146
5.3.4	Reklama na sportovním náčiní a nářadí	147
5.3.5	Reklama na výsledkových tabulích a ukazatelích	147
5.3.6	Jiné reklamní možnosti	148
5.4	Klady a zápory nosičů reklamy na sportovištích	149
5.5	Působení sportovní reklamy a její ekonomický přínos pro sport	153
5.6	Nové trendy v reklamě, které mají dopad do oblasti sportu	161
5.7	Některé aktuální otázky aplikace sportovní reklamy	164
5.8	Seznam literatury k 5. kapitole:	164
6	Sponzorování ve sportu	167
6.1	Podstata a smysl sponzorování sportu z pohledu jeho participantů	167
6.1.1	Marketingové a komunikační cíle firem sponzorujících sport v ČR	169
6.2	Formy sponzorování ve sportu	178
6.3	Nabídka pro sponzora, sponzorský balíček, sponzorská smlouva	180
6.4	Nabídka pro sponzora ze strany sportovního klubu	183
6.5	Sponzorování sportu a dary versus daně	188
6.6	Nové trendy v oblasti sponzoringu – vývoj a pozice sponzorské aktivace v rámci sportovních sponzorských vztahů	190
6.7	Možnosti využívání sponzorování sportu	193
6.8	Seznam literatury k 6. kapitole	194
7	Manuál založení a fungování sportovního klubu ve formě neziskové organizace typu spolku	197
	Seznam grafů, obrázků a tabulek	207
	Věcný rejstřík	209
	Obrazová příloha ke kapitole 5	211

6.8 Seznam literatury k 6. kapitole	190
7 Manuál založení a fungování sportovního klubu ve formě neziskové organizace typu spolku	193
Seznam grafů, obrázků a tabulek	203
Věcný rejstřík	205
Obrazová příloha ke kapitole 5	209

Podílám předložení

spolu s úkazy ze

studenty obcí ze

genet. ze sportovní

ziskového charakteru

Výhled je

naše, která

zavazet

základní

mlý železnice

... Pí

společ

úspěšně

úspěšně

společ

stopy

oblast

... 12

společ

kon

... 12