

Abstrakt

Tématem této bakalářské práce je marketingová komunikace baseballového klubu Blesk Jablonec v kontextu prostředí českého baseballu. Tento pálkovací sport se v našich podmínkách netěší takové popularitě, jako jiné, u nás tradičnější sporty, a i proto se pohybuje na hranici amatérského a poloprofesionálního sportu, s tím, že má stále blíže k prvnímu zmiňovanému. Jeho oblíbenost nicméně stále roste, a to se více i méně úspěšně odráží na marketingové komunikaci jednotlivých klubů a České baseballové asociace ve snaze popularizaci podpořit a přilákat nové hráče, fanoušky či partnery. Tato práce zkoumá marketingové snahy klubu Blesk Jablonec, ve kterém i autor práce působí jako hráč. Ostatní kluby a Česká baseballová asociace jsou v práci použity zejména pro porovnání. Práce sestává z představení základních marketingových pojmů a konceptů a užšího zaměření se na sportovní marketing, představení české baseballové scény, analýzy a zhodnocení marketingových aktivit Blesku Jablonec, kvantitativního výzkumu skrze dotazníkové šetření, které má za cíl vykreslit přesnější obrázek o vnímání baseballu mezi veřejností a aktivit klubu na sociálních sítích. Poznatky získané z provedené analýzy a dotazníkového šetření v závěru poslouží k návrhu změn a zlepšení pro marketingovou komunikaci.