

Abstrakt

- Název:** Marketingová komunikace AC Sparta Praha
- Cíle:** Hlavním cílem této práce je analýza současného stavu marketingové komunikace s diváky AC Sparta Praha, odhalení nedostatků a vypracování návrhu na zlepšení marketingové komunikace s diváky tohoto klubu.
- Metody:** V této práci byly použity metody případové studie, analýzy dostupných dokumentů a textů, a strukturovaného rozhovoru s ředitelem marketingu a s ředitelem komunikace a public relations AC Sparta Praha.
- Výsledky:** Při analýze marketingové komunikace s fanoušky AC Sparta Praha bylo zjištěno, že může být o některé projekty doplněna. Návrh se držel nastaveného konceptu marketingové komunikace, jelikož jsem v něm neodhalil větší nedostatky. Návrh vychází z možností klubu tak, aby byl realizovatelný.
- Klíčová slova:** sportovní marketing, fotbal, komunikační strategie, sociální síť, divák