

# Obsah

Předmluva .....	8
<b>1. Konceptuální obsah sportovního managementu .....</b>	<b>10</b>
1.1. Význam a základní pojmy managementu .....	10
1.2. K pojetí sportovního managementu .....	18
1.2.1. K výkladu pojmů .....	18
1.2.2. Prostředí pro práci sportovního manažera .....	20
1.2.3. Funkce a činnosti sportovního manažera .....	24
1.3. Praxe sportovního managementu v ČR a v zahraničí .....	27
1.4. Studium sportovního managementu v ČR a zahraničí .....	31
1.5. Seznam literatury k 1. kapitole .....	32
<b>2. Strategie a plánovací předpoklady v oblasti sportu .....</b>	<b>34</b>
2.1. Podstata a smysl podnikatelské strategie .....	34
2.2. Problematika strategického plánování v manažerské literatuře sportu .....	36
2.3. Strategický marketing v podmínkách sportovních klubů .....	37
2.3.1. Stanovení cílů .....	37
2.3.2. Tvorba strategie vývoje .....	39
2.4. Aplikace strategického plánování ve sportu .....	43
2.4.1. Co umožňuje strategické plánování sportovním organizacím .....	43
2.4.2. Strategický plán v podmínkách sportovní organizace .....	44
2.4.3. Strategický postup pro realizaci sportovní akce .....	53
2.5. Smysl a další možnosti uplatnění strategického plánování v oblasti sportu .....	55
2.6. Seznam literatury k 2. kapitole .....	56
<b>3. Význam a úloha organizování ve sportu .....</b>	<b>58</b>
3.1. Proces a logika organizování .....	58
3.2. Klasifikační charakteristika organizačních struktur .....	60
3.3. Úloha organizování ve sportu .....	63
3.4. Organizace sportu v České republice .....	67
3.5. Seznam literatury ke 3. kapitole .....	72

<b>4. Vymezení kritérií pro organizační struktury sportovních klubů .....</b>	<b>74</b>
4.1. Způsob založení .....	74
4.2. Vymezení a naplňování cílů sportovních klubů .....	89
4.3. Identifikace a klasifikace činností .....	90
4.4. Organizační struktura sportovních klubů a tělovýchovných jednot .....	91
4.5. Seznam literatury ke 4. kapitole .....	95
<b>5. Role marketingu ve sportu .....</b>	<b>97</b>
5.1. Model řízeného marketingu ve sportu .....	99
5.1.1. Poslání a cíle sportovní organizace .....	99
5.1.2. Analýza situace .....	101
5.1.3. Marketingový průzkum ve sportu a informační řídicí systém .....	103
5.1.4. Analýza zákazníka ve sportu a analýza konkurence ve sportu .....	105
5.1.5. Marketing mix ve sportu .....	108
5.2. Specifika sportovního marketingu .....	114
5.2.1. Specifické vlastnosti sportovního produktu .....	114
5.3. Pojetí sportu jako průmyslového odvětví .....	127
5.4. Přístupy k marketingu ve sportu .....	137
5.4.1. Dílčí koncepce marketingu ve sportu .....	137
5.4.2. Komplexní koncepce marketingu ve sportu .....	137
5.5. Další aplikace marketingu ve sportu .....	144
5.5.1. Marketingový plán prodeje sportovních služeb .....	144
5.5.2. Marketing sportovních akcí .....	148
5.5.3. Fotbalové utkání jako produkt pro marketing .....	152
5.6. Trendy a perspektivy sportovního marketingu v ČR .....	159
5.7. Závěr – budoucnost marketingu sportu v ČR .....	163
5.8. Seznam literatury k 5. kapitole .....	164
<b>6. Reklama ve sportu .....</b>	<b>168</b>
6.1. Pojem sportovní reklama a její druhy .....	168
6.2. Funkce reklamy .....	169
6.3. Analýza jednotlivých druhů sportovní reklamy z hlediska jejich uplatnění .....	172
6.3.1. Reklama na dresech a sportovních oděvech .....	172
6.3.2. Reklama na startovních číslech .....	173
6.3.3. Reklama na mantinelu .....	174
6.3.4. Reklama na sportovním náčiní a nářadí .....	175
6.3.5. Reklama na výsledkových tabulích a ukazatelích .....	176
6.3.6. Jiné reklamní možnosti .....	177

6.4. Klady a zápory reklamy na sportovištích .....	179
6.5. Působení sportovní reklamy a její ekonomický přínos pro sport .....	181
6.6. Některé aktuální otázky aplikace .....	187
6.7. Seznam literatury k 6. kapitole .....	188
<b>7. Sponzorování ve sportu .....</b>	<b>190</b>
7.1. Podstata a smysl sponzorování sportu	
z pohledu jeho participantů .....	190
7.1.1. Marketingové a komunikační cíle firem	
sponzorujících sport .....	192
7.2. Formy sponzorování ve sportu .....	201
7.3. Nabídka pro sponzora, sponzorský balíček, sponzorská smlouva ....	204
7.4. Nabídka pro sponzora ze strany sportovního klubu .....	207
7.5. Sponzorování sportu versus daně .....	213
7.6. Možnosti využívání sponzorování sportu .....	215
7.7. Seznam literatury k 7.kapitole .....	217
<b>8. Závěr .....</b>	<b>220</b>
<b>9. Seznam grafů, obrázků a tabulek .....</b>	<b>222</b>
<b>10. Věcný rejstřík .....</b>	<b>224</b>