

Obsah

Předmluva	5
Úvod	6
1. Management v tělesné výchově a sportu	7
1.1. K vymezení pojmu "management"	7
1.2. Role manažera	9
1.3. K pojetí managementu v tělesné výchově a sportu	9
1.3.1. K výkladu pojmů	9
1.3.2. Funkce a činnosti manažera v tělesné výchově a sportu	12
1.4. Management tělesné výchovy a sportu v ČR a zahraničí	12
2. Strategické plánování v podmínkách tělesné výchovy a sportu	15
2.1. Strategické plánování v manažerské literatuře	15
2.2. Strategické plánování v manažerské literatuře tělesné výchovy a sportu	16
2.3. Strategický marketing v podmínkách sportovních klubů	17
2.4. Předpoklady a možnosti strategického plánování v tělesné výchově a sportu	21
2.4.1. Co umožňuje strategické plánování tělovýchovným a sportovním organizacím?	21
2.4.2. Strategický postup pro realizaci sportovní akce	21
2.5. K problematice strategického plánování v podmínkách tělesné výchovy a sportu ČR	23
3. Marketing v hospodářství a tělesné výchově a sportu	24
3.1. Pojetí marketingu v oblasti hospodářství	24
3.2. Marketing a tělesná výchova a sport	26
3.2.1. Charakteristika tělesné výchovy a sportu z pohledu ekonomie	26
3.2.2. Formy marketingu v tělesné výchově a sportu	28
3.2.2.1. Dílčí koncepty marketingu v tělesné výchově a sportu	28
3.2.2.2. Univerzální koncepty rozvoje marketingu tělovýchovných a sportovních organizací	28
3.3. Budoucnost marketingu v tělesné výchově a sportu ČR	29
4. Sponzorování v činnosti sportovního manažera	30
4.1. Smysl sponzorování tělesné výchovy a sportu a pozice jeho participantů	30
4.2. Stručná charakteristika forem sponzorování	31
4.3. Nabídka pro sponzora; sponzorský balíček; sponzorská smlouva	32
4.4. Sponzorování tělesné výchovy a sportu versus daně	34
4.5. Možnosti a limity sponzorování tělesné výchovy a sportu	35
5. Sportovní reklama	36
5.1. Vymezení pojmů	36
5.2. Druhy sportovní reklamy	36
5.3. Funkce reklamy	36
5.4. Příklady analýzy jednotlivých druhů sportovní reklamy	37
5.5. Souhrnně ke sportovní reklamě	39
6. Komunikace v činnosti sportovního manažera	42
6.1. Komunikační proces	42

6.2. Předpoklady úspěšnosti manažera při jednání	42
6.3. Charakteristika procesu jednání	44
6.4. Průběh jednání	44
6.4.1. Příprava na jednání	45
6.4.2. Vlastní průběh jednání	46
6.5. Závěrečná shrnutí	47
7. Literatura (výběr)	48

8. Přehled tabulek, schémat a vyobrazení

1. Tab. 1 "Role manažera"	8
2. Tab. 2 "Činnosti manažera v tělesné výchově a sportu"	11
3. Schéma 1 "Uspořádání tělesné výchovy a sportu v ČR"	14
4. Schéma 2 "Strategický plán"	16
5. Obr. 1 "Stanovení cílů SK"	17
6. Tab. 3 "Sportovní cíle SK"	18
7. Tab. 4 "Ekonomické cíle SK"	19
8. Tab. 5 "Sociální cíle SK"	20
9. Schéma 3 "Podstata a smysl strategického plánování sportovního klubu"	21
10. Obr. 2 "Marketingový algoritmus"	25
11. Tab. 6 "Co přináší marketing tělesné výchově a sportu?"	26
12. Tab. 7 "Funkce a vlastnosti sportovní reklamy"	40
13. Tab. 8 "Zhodnocení vlastností manažera při jednání"	42