

MATURITNÍ TÉMATA Z PŘEDMĚTU

MARKETING A MANAGEMENT SPORTU

1. Základní úloha a funkce marketingu

- definice marketingu, vznik marketingu, 4 koncepce řízení firem, marketingový trojúhelník, globalizace a marketing (definice globalizace, klady / zápory celkově, klady / zápory pro ČR při vstupu) společenská odpovědnost marketingu, cíle marketingu / kritika marketingu

2. Marketingový systém řízení

- firemní plánování a marketing, firemní strategický plán, 3 fáze plánování, úvod do marketingového mixu, STEP analýza, definice a dělení trhu definice konkurence, veličiny trhu (tržní podíl, kapacita trhu, tržní potenciál), stručný úvod do SWOT analýzy, portfoliová analýza (matice BCG), životní cyklus výrobku, brainstorming (vysvětlení pojmu, průběh), segmentace zákazníků

3. Marketingový výzkum

- marketingový informační systém, zdroje dat + dělení, definice výzkumu, definice marketingového výzkumu (včetně kladů / záporů), požadavky na zjišťované informace, proces marketingového výzkumu (včetně popisu všech 7 kroků), kvantitativní / kvalitativní výzkum, metody shromažďování primárních dat (včetně dělení pozorování, včetně dělení dotazování i se zápory a klady, definice experimentu), metody kvalitativního výzkumu, definice a záměry dotazníku, 3 typy otázek (otevřená, uzavřená, polouzavřená včetně příkladů a popisů)

4. Produkt

- definice produktu v marketingu, produktová politika, základní dělení produktů, klasifikace produktů, členění spotřebního zboží, FED faktor, výrobová politika + 3 úrovně rozhodování v produktové politice (výrobní sortiment, výrobní řada, individuální výrobek), rozhodování o individuálních výrobcích (vlastnosti, značka, obal), obal a jeho funkce, složení produktu

5. Životní cyklus produktu a sportovní produkt

- Fáze životního cyklu produktu, marketingové strategie v jednotlivých fázích, definice sportovního produktu, složení sportovního produktu, prvky, které pomáhají prodeji sportovních produktů, dělení sportovních produktů, dělení služeb, vlastnosti sportovních produktů, specifika čím se liší sportovní produkt od klasického produktu

6. Sponzoring a sportovní reklama

- historie sportovního marketingu, sponzoring jako služba <=> protislužba, motivy firem ke sponzorování, typy sponzoringu, formy sponzoringu, naming rights, náměty pro vyhledávání sponzora, nabídka výkonů pro sponzora, nabídkový list reklam, sponzorské balíčky stručná definice reklamy, druhy sportovní reklamy, guerilla marketing a ambush marketing ve sportu,

7. Propagace

- definice propagace, komunikační politika, komunikační model AIDA, složení komunikačního mixu, reklama, funkce reklamy (informační, přesvědčovací, upomínací), druhy reklam (všeobecná,

značková, instituční), reklamní média a jejich dělení, kritéria pro výběr reklamního média, tisk, rozhlas, televize, externí média, internet, srovnání reklamních prostředků (výhody / nevýhody), podpora prodeje, nástroje podpory prodeje, merchandising, srovnání podpory prodeje a reklamy, event marketing, osobní prodej, business-to-business, přímý marketing, public relations

8. Brand management

- čím bývá tvořena značka + příklady, vlastnosti značky, popularita značky, výhody značky, strategie šíření značek + příklady, způsoby falzifikace, image (definice + druhy), corporate identity, prvky firemního designu + příklady, ochranná známka + podmínky těchto označení, nejhodnotnější světové značky

9. Cena - teorie

- definice ceny, cenová politika, náklady, interní a externí faktory ceny, přijatelnost ceny, cena pevná a tržní, cíle podniku při stanovování ceny (maximalizace zisku, maximalizace tržního podílu, likvidace konkurence + dumpingová cena, přežití, rychlá návratnost investic, prestiž, věrný zákazník, omezující faktory ceny (distribuce, ostatní produkty), příklady cenové psychologie a triků prodejců

10. Distribuce

- definice distribuce, distribuční politika, faktor času, faktor místa, 2 skupiny prostředníků, strategie PUSH a PULL, 4 typy distribučních kanálů, srovnání přímé a nepřímé distribuce včetně kladů a záporů, distribuce na průmyslových trzích, intenzita pokrytí trhu, výběr distributora, činnosti velkoobchodu a jejich klady a zápory, dělení maloobchodů (rozsah služeb a forma prodeje, skladba sortimentu, cenová úroveň, forma vlastnictví), franchising, typy maloobchodních jednotek (specifika prodejen se zbožím denní potřeby, specializovaná prodejna, specializovaná velkoprodávna, hobbymarket, supermarket, hypermarket, diskontní prodejna, obchodní centrum, obchodní dům + uvedení konkrétních prodejen), maloobchodní skupiny, maloobchody a marketing, distribuční logistika, typy a specifika přeprav

11. Propedeutika pojmu management, management sportu

- definice pojmu management, souvislost s jinými obory, osobnost manažera, úvod do manažerských funkcí (příklady), manažerské dovednosti, moc manažera, styly řízení, aspekty řídicí práce, schéma postavení manažera, diferenciací manažerů dle úrovně, specifické činnosti sportovního manažera (příklady)

12. Proces plánování v managementu

- definice plánování (charakter a podstata), dovednosti při plánování, prognostika, úrovně plánování, technologie plánování, postup strategického plánování, druhy plánů, analýza působících sil (STEP analýza), SWOT analýza, příklady plánovacího procesu ve sportovním managementu

13. Organizování a organizační struktury

- definice a podstata organizování, organizační jednotka, dělba práce a delegování pravomocí, parametry organizačních struktur - stupeň formalizace a stupeň centralizace (výhody a nevýhody, příklady), organizační úrovně a rozpětí managementu (výhody a nevýhody, příklady), různé typy organizačních struktur (příklady, výhody a nevýhody)

14. Personální management

- náplň personálního managementu, hlavní personální činnosti, plánování v personálním managementu - job analysis, job description
- 2 typy nábory pracovníků (výhody a nevýhody), metody získávání pracovníků, postup výběru, strategie výběru (human search, head hunting, tradiční a strategický výběr)
- typy a formy rozhovorů, etické standardy výběru, inzerát - náležitosti
- kvalifikace a rekvalifikace, hodnocení práce (organizace hodnocení, chyby hodnotitele), odměňování pracovníků (systém odměňování, benefity - příklady)

15. Vedení lidí a péče o zaměstnance

- pracovní prostředí, podmínky práce, BOZP; typy pracovních úvazků, základní mzdové formy, motivace, potřeby (McGregorova teorie X a Y, Maslowova pyramida potřeb, Herzbergova teorie), stimulace k práci, osoba vůdce, základní typy leaderů, vzdělávání ve firmě (na pracovišti a mimo pracoviště, příklady)

16. Komunikace v managementu

- definice pojmu, komunikační proces, druhy komunikačních toků, základní dělení, význam slova, verbální a neverbální komunikace, zóny osobního prostoru, základní postoje, osobní dojem, asertivní jednání, správné a chybné reakce na kritiku, řešení konfliktů, image firmy – celkový profesionální dojem a osobní image

17. Kontrola, analýza a rozhodování

- podstata a funkce kontroly v managementu, systém kontroly, druhy a formy kontroly, chyby v kontrolních procesech, audit, největší auditorské společnosti, základy rozhodovacího procesu, metody pro podporu rozhodování (diagram příčin a důsledků, brainstorming, řízená diskuse, rozhodovací stromy), chyby v rozhodování

18. Management sportovní akce

- vymezení základních charakteristik akce - rozpočet, výdaje, příjmy, cashflow, výběr lokality..., proces získávání sponzorů, péče o diváky a závodníky, zajištění medializace akce, personální zajištění, časový harmonogram, pozitiva a negativa volného vstupu, dlouhodobé plánování, management v den konání akce, management po skončení akce, rozdíly v rozsahu plánované sportovní akce, konkrétní příklady

19. Financování sportu v ČR

Veřejné a soukromé zdroje financování, zdroje financování jednotlivých složek TK, kam směřují dotace ze státního rozpočtu, typy obcí, financování sportu prostřednictvím obcí, druhy dotací, loterijní zákon.

20. Společenský rozměr sportu,

- význam sportu zdravotní a společenský, význam fair play, zakázané látky a metody ve sportu (dělení, charakteristika, negativní dopady zdravotní a společenské), příklady dopingových afér, mezinárodní organizace antidopingové politiky, antidopingová politika ČR, základní dokumenty, ucelená rehabilitace - základní složky, začleňování osob se zdravotním postižením do pracovního procesu, syndrom vyhoření - projevy, prevence