

MATURITNÍ OKRUHY	
školní rok: 2022/2023	
*) Předmět: Marketing a management sportu	
1. Marketing	- Charakteristika, jádro marketingu, strategická a taktická rovina, pozitivní dopady, mikro a makro prostředí, vliv jednotlivých složek
2. Tržní chování kupujícího	Vlivy působící na chování kupujícího, proces rozhodování, psychologická dimenze rozhodovacího procesu, referenční skupina, ponákové chování, WOM, nákupní rozhodování osob, domácností, organizací
3. Trh a jeho členění	trh jako pojem, poptávka, faktory ovlivňující poptávku, pružnost poptávky, nabídka, faktory ovlivňující nabídku, tržní rovnováha, tržní systém, segmentace, tržní zacílení, strategie pro výběr cíleného trhu, tržní umístění
4. Produkt a jeho charakteristika	Pojem produktu-jeho vrstvy (totální výrobek), životní cyklus výrobku, inovační proces a inovační teorie, produktový mix, Bostonská matice
5. Sportovní produkt	Vymezení pojmu, specifické vlastnosti, odlišnosti sportovního produktu Skupiny sportovních produktů, jádro sportovního produktu a jeho nadstavba
6. Cena	Pojem, vztah cena-kvalita, Velbenův efekt, referenční cena, pružnost poptávky, metody stanovení ceny, nastavení cen (cenotvorba), cenové strategie, legální a nelegální cenové triky
7. Značka, značkové strategie, ochranná známka	- pojem značky, vnímání značky, složky (elementy) značky, hodnota značky, vliv značek na nákupní chování, značka jako aktivum, positioning značky, model AIDA, ochranná známka
8. Marketingový komunikační mix	Pojem marketingový mix, pojem komunikační mix, marketingová komunikace, strategie komunikačního mixu, negativní dopady marketingu, guerilla marketing, upíř efekt, komunikační disciplíny, propagace, public relation, osobní prodej (zásady, fáze).
9. Sport	Definice, historie, klasifikace sportu (základní charakteristiky), sport jako veřejný statek, smíšené statky, statek pod ochranou, veřejný sektor v ekonomice, vývoj sportovních organizací v ČR (6 etap)
10. Strategický marketing v podmínkách sportovních klubů	Stanovení cíle Sk metodou SMART, Strategický marketingový plán ve sportu, jeho realizace a kontrola, chování a rozhodování spotřebitelů, výběr marketingového mixu, faktory ovlivňující plánování ve sportu, aplikace strategického plánování, poslání a cíle sportovní organizace, analýza situace Sk
11. Marketingový průzkum ve sportu	- definice cílové skupiny zákazníků, konkurence ve sportovním prostředí, marketingový mix ve sportu (sportovní produkt, skupiny sportovních produktů, jádro sportovního produktu, jeho úroveň, vlastnosti sportovního produktu – události, strategie stanovení ceny ve sportu, místo realizace sportovní akce, propagace sportovní akce – efekt AIDA, procesy, personality
12. Reklama ve sportu	Funkce reklamy, reklama podle využívaného media – výhody a nevýhody, analýza jednotlivých druhů sportovních reklam, jejich význam a přínos, vysvětlí rozdílné ceny reklamy, propagace sponzora, vztah televize a sportu.

13. Sponzoring ve sportu

Podstata a smysl, formy sponzorování, sponzorský balíček

14. Financování sportu

Podíl státu, kraje a obce na financování sportu, finanční zdroje SK tradiční, z vedlejších a speciálních aktivit

15. Mezinárodní sportovní soutěže

Ekonomické a sociální dopady velkých sportovních událostí na hostitelské země

16. Zákazník ve sportovním prostředí

Divák, fanoušek, péče o fanouška, využití IT v komunikaci s fanouškem, hooligans

17. Osobnost manažera

Image, autorita, komunikační a prezentační dovednosti, plánování času, podniková kultura, podnikový image
sebeřízení manažera, zvládání stresu, sebehodnocení, další vzdělávání, rozhodovací proces, styly rozhodování,
strategie a fáze vyjednávání

18. Manažerské činnosti

Rozhodování, plánování, organizování, vedení, kontrola

19. Management sportovních zařízení v ČR

Formy vlastnictví sportovního zařízení, založení klubu v ziskovém a neziskovém sektoru, rozdíly v organizačních
strukturách

20. Sportovní klub, sportovec jako OSVČ

právní subjekt, založení, struktura, organizace, členství, financování, Zvláštní postavení sportovce jako
podnikatele, agentury, agenti – podmínky a postup získání licence

Zpracoval/a: Ing. Iveta Hradecká

Dne: 20. 10. 2022

Schválila: Mgr. Milena Remešová
ředitelka školy

Dne: 20. 10. 2022

*) Při vyplňování neměňte nastavenou velikost písma. Pokud nevyužité řádky přeskočí na další stránku, umažte je.