

Univerzita Palackého v Olomouci
Fakulta tělesné kultury

**ANALÝZA MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE
SPOLKU POSEJDON**

Diplomová práce
(bakalářská)

Autor: Roman Štolfa
Katedra Rekreologie
Vedoucí práce: Mgr. Jiří Skoumal, Ph.D.
Olomouc 2017

Jméno a příjmení autora: Roman Štolfa

Název diplomové práce: Analýza marketingové komunikace Spolku POSEJDON

Pracoviště: Katedra Rekreologie

Vedoucí práce: Mgr. Jiří Skoumal, Ph.D.

Rok obhajoby diplomové práce: 2017

Abstrakt:

Hlavním cílem bakalářské práce je analýza současné marketingové komunikace Spolku POSEJDON. Vypracování návrhů možných řešení vedoucích k rozvoji marketingové komunikace organizace s využitím grafických prvků v podobě schémat, myšlenkových map a fotokoláží.

Klíčová slova: spolek, fotokoláže, vodní turistika, nástroje, myšlenkové mapy.

Souhlasím s půjčováním diplomové práce v rámci knihovních služeb.

Author's first name and surname: Roman Štolfa

Title of the masters thesis: Analysis of marketing communication of POSEJDON Association

Departement: Faculty of Physical Culture

Supervisor: Mgr. Jiří Skoumal, Ph.D.

The year of presenatiton: 2017

Abstract:

The main aim of the bachelor thesis is the analysis of the current marketing communication of POSEJDON Association. Drawing up of proposals for possible solutions leading to the development of marketing communication of the organization with the use of graphical elements in the form of schemes, mind maps and photo collages.

Keywords: Association, photo collages, water tourism, tools, mind maps

I agree the thesis paper to be lent within the library service.

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracoval samostatně s odbornou pomocí Mgr. Jiřího Skoumala, Ph.D., uvedl všechny použité literární a odborné zdroje a řídil se zásadami vědecké etiky.

V Bohumíně 8.6.2017

.....

Děkuji Mgr. Jiřímu Skoumalovi, Ph.D. za pomoc a cenné rady, které mi poskytl při zpracování diplomové práce. Dále pak děkuji Josefu Tobolovi, Miluši Štolfové, Lucii Štolfové, Miladě Ptákové a Radku Štolfovi za ochotu a podporu.

OBSAH

1	ÚVOD	8
2	SYNTÉZA POZNATKŮ	9
2.1	Analýza a strategie	9
2.2	Posejdon	9
2.3	Myšlenková mapa	10
2.4	Legislativa	11
2.4.1	Občanský zákoník	11
2.4.1.1	Neziskové organizace	12
2.4.1.2	Spolek	14
2.4.2	Školy a školská zařízení	15
2.4.3	Voda, vodní cesty	15
2.5	Turistika.....	17
2.5.1	Turistické regiony.....	18
2.5.2	Vodní turistika	19
2.5.3	Těšínské Slezsko a Slezské Benátky	21
2.6	Fundraising	22
2.6.1	Studie proveditelnosti	23
2.6.2	SWOT.....	23
2.7	Akce (Event).....	24
2.7.1	Vodácké akce	24
2.8	Bezpečnost	25
2.8.1	Školení bezpečnosti.....	25
2.9	Média	26
2.9.1	Kina	28
2.9.2	Televize	29
2.9.3	Internet	30
2.9.3.1	Redakční systémy	30
2.9.3.2	Responzivní web	31
2.9.3.3	Sociální sítě.....	31
2.9.4	Outdoor.....	33
2.9.5	Tisk.....	33
2.9.6	Rozhlas.....	34
2.10	Bezpečnost	34
2.10.1	Záchrané prostředky.....	36
2.11	Vydavatelství.....	38
2.11.1	ISBN	38
2.11.1.1	Povinný výtisk	39

2.11.2	ISMN.....	39
2.11.3	ISSN	39
3	CÍLE.....	40
3.1	Úkoly	40
3.2	Charakteristika výzkumného vzorku.....	40
3.3	Metodika sběru dat.....	40
3.4	Etické aspekty výzkumu	40
4	VÝSLEDKY	41
4.1	Studium a analýza odborné literatury	41
4.2	Analýza statistických dat z Výroční zprávy Spolku POSEJDON za 1. pololetí roku 2016 s rokem 2017	42
4.3	Analýza nástrojů organizace	43
4.4	Analýza marketingové komunikace Spolku POSEJDON podle myšlenkových map a fotokoláží	51
5	ZÁVĚRY	53
6	SOUHRN	54
7	SUMMARY	55
8	REFERENČNÍ SEZNAM.....	56
9	Obrázky	63

1 ÚVOD

Téma analýzy současné marketingové komunikace Spolku POSEJDON je aktuální. Organizace sdružuje instruktory vodní turistiky, organizuje akce pro veřejnost a aktivně se zapojuje do rozvoje infrastruktury spojené s vodní turistikou.

Autor je instruktorem v tomto spolku od roku 2009 a v současné době v roli předsedy představenstva může jeho práce ovlivnit další směr a rychlost rozvoje organizace.

Využitím grafických prvků v podobě schémat, myšlenkových map a fotokoláží chce autor přehledně poukázat na nástroje marketingové komunikace, které zájmové skupiny spolku mohou využívat při volbě vlastní strategie.

2 SYNTÉZA POZNATKŮ

2.1 Analýza a strategie

Analýza je vědecká metoda založená na dekompozici celku na elementární části. Cílem analýzy je identifikovat podstatné a nutné vlastnosti elementárních částí celku, poznat jejich podstatu a zákonitosti. Mojzisek (2017)

Strategie. Pokud lidé ve firmě sdílejí stejnou strategii, má to rozhodně pozitivní dopady. Nejdůležitější je asi to, že lidé pak opravdu táhnou za jeden provaz, vědí, kam firma z dlouhodobého hlediska jde. K tomu ale musí být strategie i dobře uchopitelná a konkrétní. Základním cílem a posláním strategického řízení podniku je dosáhnout a dlouhodobě udržet konkurenční výhodu a plně ji zhodnotit pro rozvoj firmy. Henych (2015)

Firemní strategie je cestou k naplnění dlouhodobé vize vlastníků firmy. Firma by měla mít jasno v tom, co a proč dělá (mise firmy) a zároveň by měla mít ambiciózní a atraktivní dlouhodobou vizi, čeho chce dosáhnout ve vzdálenější budoucnosti (vize firmy). V řadě případů je užitečné stanovit si konkrétnější cíle v čase. Pokud se bavíme o dlouhodobějším horizontu (např. 3 až 5 let), tyto cíle lze pojmenovat strategické. Strategické cíle se liší od taktických a operativních i tím, že k jejich dosažení je zapotřebí zpravidla systematického a dlouhodobého úsilí. Dobrastrategie.cz (2014)

2.2 Posejdon

Spolek POSEJDON provozuje stránky www.posejdon.cz. Aktuální přehled akcí je v Kalendáři. Administrátor podle žádostí o rezervaci lodí, louky, vodáckých potřeb, atd. průběžně doplňuje. Vybrané akce propaguje na sociální síti facebook a na stránkách Partnerů. Instruktoři Spolku POSEJDON organizují vodácký program a sdružují zájemce o vodní turistiku do zájmových skupin. Posejdon.cz (2017)

2.3 Myšlenková mapa

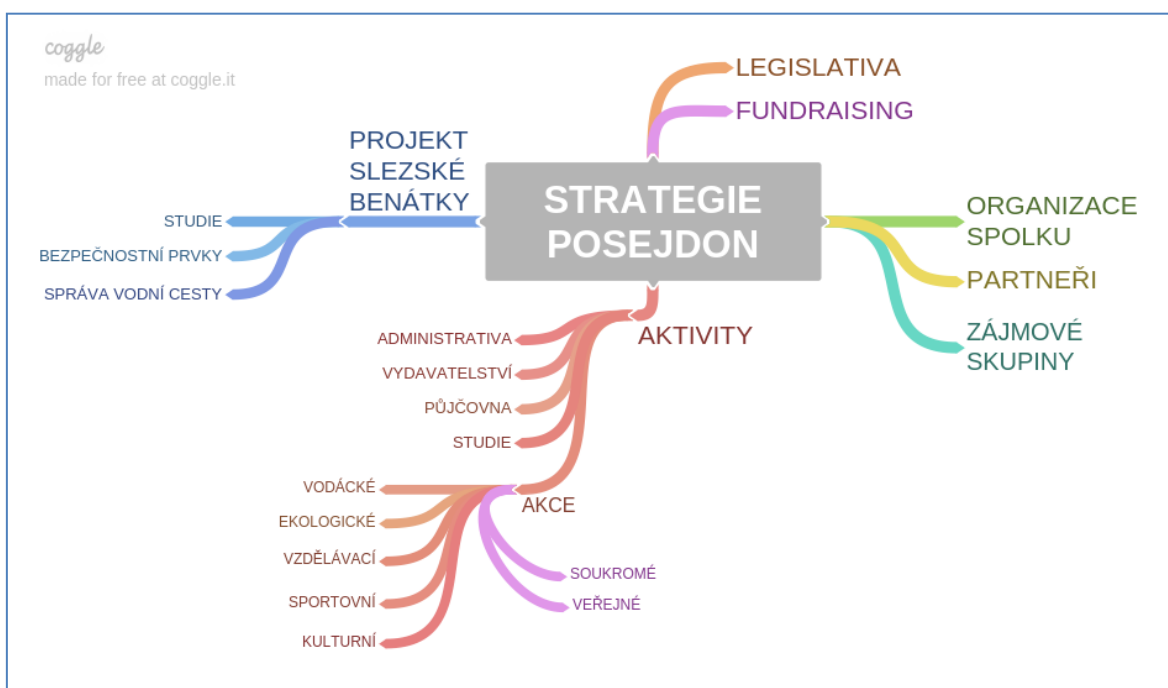
Myšlenkové mapy jsou oficiálním vynálezem Tonyho Buzana. Jsou nepostradatelným pomocníkem všech kreativních lidí, jelikož dokáží velmi přehledně zachytit myšlenkové toky, plánování různých projektů (včetně struktury příběhů) a dlouhodobých i krátkodobých úkolů. Myšlenková mapa je grafické uspořádání učiva nebo našich myšlenek pomocí klíčových slov, která jsou navíc doplněná obrázky. Nekuda (2010)

Myšlenková mapa je grafické uspořádání učiva nebo našich myšlenek pomocí klíčových slov, která jsou navíc doplněná obrázky. Posolda (2017)

Myšlenkové mapy, mentální mapy (z anglického mental maps), myšlenková schémata, mentální schémata - se všemi těmito pojmy se spojuje výuková inovační metoda podporující aktivizaci myšlení žáků v jejich představách o existenci, orientaci, kvalitě a chování ve vztahu k prostředí. Herink (2014)

Pět nejlepších nástrojů pro tvorbu myšlenkových map. FreeMind, MindMeister, XMind, iMindMap, Coggle.it. Kraus (2014)

Myšlenková mapa strategie Spolku POSEJDON představuje klíčové tematické okruhy zpracované v této práci. Je vytvořena online nástrojem Coggle.it



Obrázek 1. Myšlenková mapa Strategie POSEJDON

2.4 Legislativa

Na Zakonyprolidi.CZ (2017) je v přehledu nejpoužívanějších předpisů na předním místě nový občanský zákoník 89/2012 Sb.

> Nejpoužívanější předpisy	
89/2012 Sb.	Občanský zákoník (nový)
586/1992 Sb.	Zákon o daních z příjmů
262/2006 Sb.	Zákoník práce
361/2000 Sb.	Zákon o provozu na pozemních komunikacích...
40/2009 Sb.	Trestní zákoník
183/2006 Sb.	Stavební zákon
500/2004 Sb.	Správní řád
99/1963 Sb.	Občanský soudní řád
134/2016 Sb.	Zákon o zadávání veřejných zakázek (nový...)
235/2004 Sb.	Zákon o dani z přidané hodnoty
108/2006 Sb.	Zákon o sociálních službách
90/2012 Sb.	Zákon o obchodních korporacích
561/2004 Sb.	Školský zákon
141/1961 Sb.	Trestní řád
455/1991 Sb.	Živnostenský zákon
128/2000 Sb.	Zákon o obcích
563/1991 Sb.	Zákon o účetnictví
200/1990 Sb.	Zákon o přestupcích
182/2006 Sb.	Insolvenční zákon
280/2009 Sb.	Daňový řád

Obrázek 2. Nejpoužívanější předpisy na Zakonyprolidi.cz

2.4.1 Občanský zákoník

Právnícké osoby jsou uměle vytvořené subjekty, které v právních vztazích vystupují a jednají jako lidé. Podstatu právníckých osob tvoří buď lidé, nebo věci. Podle toho se rozlišují:

- **Společenství osob neboli korporace**, jež tvoří sdružení fyzických osob - např. obchodní společnost, družstvo, spolek. Práva a závazky sdružení nejsou právy a závazky jeho jednotlivých členů. Korporace vystupuje v právních vztazích jako samostatná, od svých členů odlišná bytost.
- **Společenství věcí, majetku**. Mají-li peněžní podstatu, nazývají se nadace nebo fondy. Jsou-li jejich podstatou nějaká majetková zařízení, např.

budovy, jmenují se podniky, ústavy apod. Nadace se zřizují zejména k humanitním cílům a k podpoře duchovních hodnot.

- **Společenství právnických osob.** Právnické osoby se mohou sdružovat a vytvářet k ochraně svých zájmů nebo k dosažení jiných účelů další právnické osoby, které se nazývají sdružení. Sdružení jedná a vystupuje v právních vztazích samostatně a nezávisle na právnických osobách, které jsou jeho členy.

Právnickými osobami jsou pouze takové organizace, které vznikly zákonným způsobem. Většinou vznikají na základě písemných smluv nebo zakládacích listin zápisem do evidence, tj. do obchodního nebo jiného rejstříku. Zanikají výmazem z této evidence, zpravidla po likvidaci. Bezplatnapravni poradna.cz (2010)

Mfcr.CZ (2017) rozlišuje 98 právních forem.

2.4.1.1 Neziskové organizace

Neziskovky.cz (2017) Vymezení NNO, zpracované RVNNO (Rada vlády pro nestátní neziskové organizace) a používané pro účely této státní politiky, vychází z právních forem typických pro NNO.

Vymezení NNO, zpracované RVNNO a používané pro účely této státní politiky, vychází z právních forem typických pro NNO.

Podle této definice jsou za NNO považovány tyto právní formy soukromého práva:

- Spolky a pobočné spolky (nově podle NOZ), dříve občanská sdružení a jejich organizační jednotky (podle zákona č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů),
- Nadace a nadační fondy (dříve podle zákona č. 227/1997 Sb., o nadacích a nadačních fondech, nyní podle NOZ).
- Účelová zařízení církví, zřizované církvemi a náboženskými společnostmi podle zákona č. 3/2002 Sb., o svobodě náboženského vyznání a postavení církví a náboženských společností, v platném znění; dříve Církevní právnické osoby

- Obecně prospěšné společnosti podle zákona č. 248/1995 Sb., o obecně prospěšných společnostech (nyní již zrušeného; existující obecně prospěšné společnosti však podle něj stále fungují)
- Ústavy (podle NOZ)
- Školské právnické osoby, registrované Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy a zahrnující ve významné převaze také církevní školy.

Tuto definici doplňuje členění NNO do několika typů podle jejich funkce.

Podle funkce jde o:

- Servisní NNO
- Advokační NNO
- Zájmové NNO
- Filantropické NNO

Typologie NNO v ČR podle funkcí		
Funkce	Hlavní činnost	Vnitřní struktura
Servisní	Sociální, zdravotní péče Vzdělávání a výzkum Humanitární pomoc a charita Kultura Rozvojová spolupráce a humanitární pomoc	Převážně nečlenské
Advokační	Ochrana životního prostředí Ochrana lidských práv Prosazování rovnosti a nediskriminace Ochrana práv menšin Ochrana zvířat Ochrana práv spotřebitelů Boj proti korupci apod. Kulturní aktivity	Členské i nečlenské
Zájmové	Sport Volný čas Včelaři, myslivci, zahrádkáři Komunitní spolky Další	Členské
Filantropické	Poskytující granty a dary	Převážně nečlenské

Obrázek 3. Typologie NNO v ČR podle funkcí

V roce 2014 bylo v ČR registrováno 129 061 neziskových institucí, což bylo o 1,35 % více než v roce 2013. Jejich podíl na HDP od roku 2005 vzrostl, a to z 1,45 na 1,74 % v roce 2014. Pracovalo v nich přes 107 tis. zaměstnanců. Statistika & my (2017).

Na Neziskovky.cz (2017) je Statistika počtu nestátních neziskových organizací 2014-2016. Zahrnuje: Nadace. Nadační fondy. Obecně prospěšné společnosti. Zapsané ústavy. Církevní organizace. Spolky. Pobočné spolky.

Statistika počtu nestátních neziskových organizací 2014 – 2016							
Rok	Nadace	Nadační fondy	Obecně prospěšné společnosti	Zapsané ústavy	Církevní organizace	Spolky	Pobočné spolky
2014 (prosinec)	508	1 407	2926	123	4 158	86 956	26 118
2015 (květen)	495	1 442	2912	206	4 156	87 698	26 225
2015 (prosinec)	505	1 518	2 894	388	4 166	89 584	26 423
2016 (březen)	505	1 544	2 865	488	4 166	90 412	26 463
2016 (červen)	510	1 574	2 840	557	4 170	91 307	26 583
2016 (září)	510	1 592	2 814	626	4 170	91 931	26 359
2016 (prosinec)	516	1 635	2 792	686	4 177	92 878	26 370

Zdroj dat: Český statistický úřad

Obrázek 4. Statistika počtu neziskových organizací 2014-2016

2.4.1.2 Spolek

Spolek je podle nového občanského zákoníku (dále NOZ) zařazen mezi právnické osoby, a tak se na něj přiměřeně vztahují obecná ustanovení o právnických osobách (tj. § 118 až 209) ve všech záležitostech, které nejsou výslovně upraveny zvláštními ustanoveními o Spolcích (tj. § 214 – 302 NOZ). Jde především o tato ustanovení NOZ:

- a) ustanovení §§ 118 – 209 - obecná ustanovení k právnickým osobám celkově
- b) ustanovení §§ 210 – 213 - obecná ustanovení o korporacích, protože Spolek je z hlediska právní teorie právě korporací. Korporace je právnická

osoba tvořená společenstvím osob x Fundace = právnická osoba tvořená účelově určeným majetkem (typicky nadace). Hájková (2013)

Občané, kteří po lednu 2014 zvažují založení neziskovky, jsou obvykle postaveni před volbu, zda založit spolek nebo ústav. Stejně tak 85 985 občanských sdružení, které evidovalo ministerstvo vnitra ke konci 2013 roku a které se automaticky staly spolkem. Spolek – univerzální právnická osoba. Pokud zvažujete založení neziskovky a nezajímá vás primárně kapitál (to byste se zřejmě orientovali na nadaci nebo nadační fond), bude v naprosté většině případů první volbou spolek. Hrajete šachy? Sportujete? Chráníte přírodu? Rozvíjíte kritické myšlení dětí? Analyzujete transatlantické vztahy? Poskytujete služby? Pokud chcete své fungování formalizovat a založit si právnickou osobu, která bude moci vstupovat do právních vztahů, se spolkem v podstatě nemůžete šlápnout vedle. Limity zákon stanoví pouze v tom, že musíte mít alespoň 3 zakladatele, kteří mají společný zájem něco dělat (pro sebe či pro druhé) a že hlavním účelem spolku nesmí být podnikání. Jinak spolek může mít takřka libovolný účel a věnovat se libovolným činnostem. Zahumenský (2014)

2.4.2 Školy a školská zařízení

Czso.cz (2017). Školní rok se sleduje v případě mateřských, základních, středních a vyšších odborných škol, dále také v případě konzervatoří a dalších školních zařízení (ZUŠ, školní knihovny, družiny apod.). Začíná 1. září a končí 31. srpna následujícího kalendářního roku.

Seznam škol a školských zařízení v Moravskoslezském kraji obsahuje celkem 915 záznamů. Msk.cz (2017)

2.4.3 Voda, vodní cesty

Rvccr.cz (2017). Ředitelství vodních cest České republiky bylo zřízeno Ministerstvem dopravy a spojů ČR 1.dubna 1998 a je organizační složkou státu zřízenou Ministerstvem dopravy, dle ust. § 51 odst 1., zák. č. 219/2000 Sb. Základním předmětem činnosti organizace je zejména:

- zabezpečení přípravy a realizace výstavby a modernizace součástí dopravně významných vodních cest a dalších staveb nutných pro provoz na

vodních cestách a pro jejich správu a údržbu a pořízování dalšího majetku nutného pro správu a údržbu vodních cest

- zabezpečení správy, údržby a oprav nově zřízených součástí vodních cest a dalšího majetku, nutného pro provoz na nich a pro jejich správu a údržbu,
- výkon vlastnických práv státu k nemovitostem tvořícím nově zřizované součásti vodních cest
- zabezpečování podkladů pro stanovení koncepcí v oblasti vodních cest a jejich součástí
- koordinace provádění velkých oprav s rekonstrukcemi a modernizacemi součástí vodních cest

Plavebnurad.cz (2017). Ve smyslu zákona o vnitrozemské plavbě a navazujících prováděcích předpisů vykonává Státní plavební správa státní dozor a plní úkoly státní správy ve věcech vnitrozemské plavby s cílem zabezpečit její rozvoj a bezpečný a plynulý provoz.

V oblasti dozoru na vodní cesty a přístavy hájí zájmy plavby při budování, úpravách a udržování vodních cest a přístavů. Vydává k umístování, provádění nebo užívání staveb na sledovaných vodních cestách. Vydává povolení k provozování veřejných a neveřejných přístavů, odnímá povolení k provozování veřejných a neveřejných přístavů; vydává povolení k provozování přístavišť, překladišť, vývazišť a kotvišť, odnímá povolení k provozování přístavišť, překladišť, vývazišť a kotvišť. Sleduje vodní poměry a prosazuje zlepšování plavebních podmínek. U správců vodních cest a správců přístavů uplatňuje správními prostředky odstranění nedostatků zjištěných v plavební dráze, v plavebním značení, na hydrotechnických stavbách a zařízeních vodních cest a na vodních částech přístavů. Spravuje říční informační systém.

Pod.CZ (2017) Povodí Odry. Předmět činnosti podniku je dán zakládací listinou a vyplývá ze zákonných norem, zejména zákona č. 254/2001 Sb. "o vodách", zákona č. 305/2000 Sb. "o povodích" a zákona č. 77/1997 Sb. "o státním podniku" v platném znění.

2.5 Turistika

Pojem chápeme jako soubor činností, které jsou spojeny s pobytem v přírodě. Dle Žiškaye (1981) můžeme turistiku definovat jako aktivní pohyb a pobyt v přírodě s cíli kulturně-poznávacích činností a potřebnými odborně technickými vědomostmi a dovednostmi. Cílem turistiky je tedy jednoznačně rozvoj osobnosti s využitím pohybové aktivity v přírodním prostředí.

Turistika patří mezi nejoblíbenější a nejrozšířenější koníčky a obzvláště v České republice má mnohaletou tradici. Krátkodobé cestování, během kterého poznáváme prostředí kolem sebe, památky, přírodu i lidi samotné nám pomáhá odpočinout si od běžných starostí a dozvědět se také něco o sobě samém. Spektrumzdravi.cz (2017)

Historie Klubu českých turistů (KČT) sahá do roku 1888, kdy byl Klub založen skupinou vlastenců okolo Vojty Náprstka. Dnes má necelých 40 tisíc členů, z toho téměř čtvrtinu mládeže. Členové KČT organizují každoročně přes tisíc akcí určených pro členy klubu i neorganizované zájemce o všechny druhy turistiky - pěší, cyklo, lyžařskou a vodní turistiku, mototuristiku, speleoturistiku, vysokohorskou turistiku, turistiku zdravotně postižených a nejnověji i hipoturistiku. Kct.cz (2012)

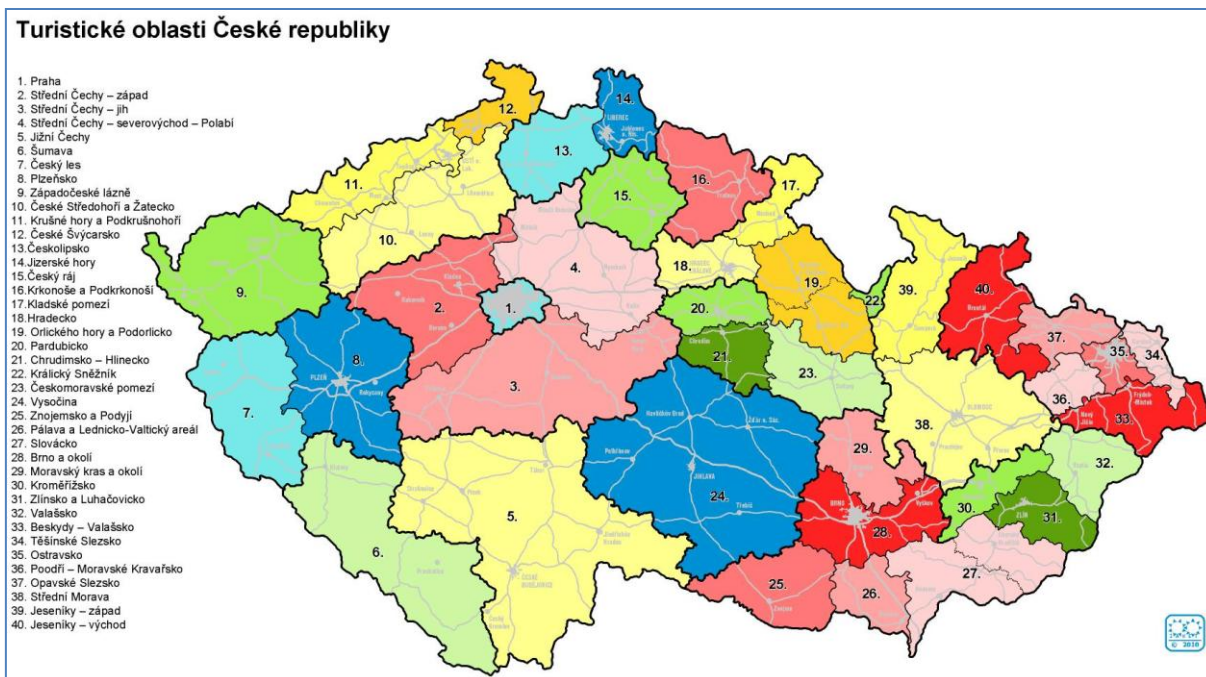
2.5.1 Turistické regiony

Mapa turistických regionů a oblastí. Czechtourism.cz (2017).



Obrázek 5. Turistické regiony České republiky

Turistický region Severní Morava a Slezsko zahrnuje turistické oblasti Ostravsko, Beskydy - Valašsko, Poodří, Opavské Slezsko, Těšínské Slezsko a Jeseníky.



Obrázek 6. Turistické oblasti České republiky

2.5.2 Vodní turistika

Vodní turistika je jednou z vyhledávaných forem turistiky. V České republice se pro ni zažil laický název vodáctví. Jedná se o prožitkovou aktivitu, která jako prostředek k přesunu z jednoho místa na jiné využívá různé druhy plavidel. Nejvíce rozšířena je na říčních tocích. Slalom a sjezd. Rafting. Rodeo. Kanoepolo. Rychlostní kanoistika. Dragonboating. Nováková (2011)

Valná většina vodáků jezdí jen pro svoji radost a nejsou organizováni v žádném z klubů či sdružení. Závodní sport - vodní slalom a sjezd na divokých vodách a kanoistika rychlostní je organizována Českým svazem kanoistů, kde funguje i sekce vodní turistiky a raftingu. Kromě jiného se začíná rozvíjet i rodeo a kanoepolo. Další organizací v této oblasti je Svaz vodáků České republiky, který se mimo jiné zabývá i akcemi pro děti a mládež. Vodáctvím se zabývá i Junák v sekci Vodní skauti či Česká tábormická unie. Czecot.cz (2017)

Vodáctví je v České republice oblíbená prázdninová činnost. Nejčastěji využívaným plavidlem jsou kanoje a nafukovací plavidla. Ta bývají spojována převážně se sjížděním divokých řek. Komůrková (2015).

Na Raft.cz (2017) je Vodácký slovník, kde je vysvětleno 122 slangových vodáckých slov.

Vitejtenazemi.cz (2017). Vodní cesty v ČR. Provoz na plavebních cestách a používání plavidel má, podobně jako provoz na silnicích, zákonem stanovená pravidla. Na jejich dodržování dohlíží Státní plavební správa. Správu vodních cest a jejich rozvoj v ČR zajišťuje Ředitelství vodních cest ČR.

Fojtů, L. (2017). Názory, podpora vodního koridoru D-O-L. Lubomír Fojtů, ředitel Ředitelství vodních cest ČR. K takzvanému "megalomanskému" projektu vodního koridoru Dunaj-Odra-Labe (D-O-L): Je 400 mld. Kč investovaných do dopravní infrastruktury během cca 25 let opravdu tak hodně vysoká investice? Pojďme se zase podívat na čísla v souvislostech. V letech 2001–2008 bylo investováno v ČR do železniční sítě 152 mld. Kč. V přepočtu na 25 let je to 475 mld. Kč. U silnic tento propoččet činí dokonce 821 mld. Kč. Do vodních cest bylo za stejné období (2001–2008) investováno jen 3,2 mld. Kč (a to ještě z velké části do projektů spojených s rekreační plavbou). Znamená to tedy, že do vodní infrastruktury bylo investováno 48x méně než do železniční a 82x méně než do silniční.

Posejdon.cz (2016). Lodě.



Obrázek 7. Posejdon.cz (2016). Lodě.

Moravskoslezské řeky svého vodáckého průvodce dosud neměly, jejich kilometráž byla zastaralá (zpracována přibližně před 40 lety). Za tu dobu přibyly nové jezy, některé zanikly nebo jsou poškozené, přibyly mosty či došlo ke změně koryt řek. Staré kilometráže se staly nespolehlivými a řídit se podle nich bylo v mnoha případech nebezpečné. Přestože se na našich řekách vodácká turistika provozuje mnoho let, ti, kteří úseky neznají, volí raději řeky české. O těchto řekách bylo již napsáno mnoho. Není problém si průvodce vybrat, úseky si naplánovat a dle svých schopností splouvat. Skutečností je, že české řeky poskytují bohatý servis půjčoven, kempů a hospod, což sebou ale na druhou stranu mnohdy přináší i davy lidí a hrozny lodí čekajících na šlajsnách, čímž se veškerá romantika z vodáckého putování ztrácí. Řeky našeho kraje tak rozvinuté zázemí pro vodáckou turistiku nemají, ale také nabízejí krásnou přírodu i kulturní zajímavosti v jejich těsné blízkosti, romantickou plavbu meandry i adrenalin v peřejích a rozhodně stojí za splutí. Mesto-bohumin.cz (2013).

Povodí Odry působí na území 6252 km². Celková délka významných vodních toků je 1111 km. Celková délka drobných vodních toků je cca 2544 km. Podnik spravuje 8 údolních nádrží, 3 gravitační převody vod, 31 malých vodních nádrží a provozuje 80 jezů a 9 malých vodních elektráren. Pod.CZ (2017)

Vodácká naučná stezka na Odře a Olši. Délky stezek a úseků Délka stezky po Odře je 19,9 km. Z toho Ostrava - Koblov - Antošovická Lávka je 5,1 km, Antošovická lávka – Starý Bohumín 2,5 km, Starý Bohumín - soutok Odry s Olší – Zabelkow 6,5 km, Zabelkow - Krzyzanowice 5,8 km. Délka stezky po Olši je 13,4 km. Z toho Závada - Věřňovice 5,7 km, Věřňovice - soutok Odry s Olší - Zabelkow 7,7 km. Mesto-bohumin.cz (2011)

2.5.3 Těšínské Slezsko a Slezské Benátky

Těšínské Slezsko leží v pohraniční oblasti severovýchodní části Severní Moravy a Slezska. Územím protéká řeka Olše a na jejím soutoku s Odrou se nachází Bohumín. Důležitými body této oblasti jsou město Karviná a hraniční města Český Těšín a Ciesyn. Nejatraktivnější část regionu však tvoří Těšínské Beskydy, které jsou oblíbeným výletním místem. Dalším magnetem Těšínského

Slezska je stavební sloh a folklór. Kolorit dřevěných staveb, zachování tradiční řemeslné výroby, lidových zvyklostí a obyčejů dává návštěvníkům zapomenout, kde je hranice mezi minulostí a přítomností. Pro odpočinek, ale zejména pro léčebné účely, jsou využívány prameny jodo-bromové minerální vody ve známých lázních Darkov. Mesto-bohumin.cz (2012)

Cykloturistická trasa Olše-Olza spojuje celé Těšínské Slezsko. Začíná v Bukovci, téměř po celé trase vede kolem řeky Olše (Olzy) a končí v Bohumíně, kde se Olše vlévá do Odry. Trasa měří 80 km a vede po značených úsecích jednotlivých cykloturistických tras. Je sjízdná na běžném cykloturistickém kole. K některým zajímavým místům je třeba z cyklotrasy odbočit, ale rozhodně to stojí za to. Tesinskeslezsko.cz (2016)

Červen - měsíc přátelství na soutoku Odry s Olší. Projekt navazuje na studii proveditelnosti "Slezské Benátky - lodí nebo raftem po řece Olši". Mesto-bohumin.cz (2013)

2.6 Fundraising

Co to je **fundraising**? Je to obor zahrnující různé metody a postupy, jak získat finanční a jiné prostředky na činnost organizací občanské společnosti. Je to „věda“ o tom, jak přesvědčit druhé, že vaše organizace dokáže řešit důležité problémy a že je potřebnou součástí společnosti. Je to nástroj, jehož pomocí lze druhé inspirovat k dobrým skutkům, přesvědčit je, že peníze nejsou všechno a dát jim možnost darovat i svůj čas, zájem a důvěru. Ledvinová (2002).

Zdroje financování neziskových institucí:

- příjmy ze statků a služeb (vč. podnikání)
- veřejné zdroje (vládní sektor)
- individuální dárcovství (domácnosti)
- dobrovolně odvedená práce
- firemní dárcovství
- ze zahraničí
- příjmy z vlastnictví. Statistika & my (2017)

2.6.1 Studie proveditelnosti

Studie proveditelnosti je ve světě podnikání běžně zpracovávaná studie. Jejím hlavním účelem je prokázat že subjekt, který realizuje standardní projekt, má jasnou představu o tom jak investice proběhne a jak se bude dále provozovat. Jde tedy o prokázání a podložení životaschopnosti projektu. Zkoumá se řada provozních, tržních a finančních podmínek realizace a existence projektu. Ab-akcima.com (2017)

2.6.2 SWOT

Managementmania.com (2017) SWOT analýza je univerzální analytická technika používaná pro zhodnocení vnitřních a vnějších faktorů ovlivňujících úspěšnost organizace nebo nějakého konkrétního záměru (například nového produktu či služby). Nejčastěji je SWOT analýza používána jako situační analýza v rámci strategického řízení a marketingu. Autorem SWOT analýzy je Albert Humphrey, který ji navrhl v šedesátých letech 20. století. SWOT je akronym z počátečních písmen anglických názvů jednotlivých faktorů:

- Strengths - silné stránky
- Weaknesses - slabé stránky
- Opportunities - příležitosti
- Threats - hrozby



Obrázek 8. SWOT

2.7 Akce (Event)

V marketingu je „event - special event“ nástroj PR nebo sales promotion. Akce se výrazně liší, jak rozsahem, zaměřením, tak i provedením. Příklady mohou být akce typu uzavřených pracovních setkání v úzkém kruhu (např. media roundtable), přes akce rozsáhlejší, s pevnou formální i programovou strukturou (tisková konference, dealer's day, veletržní prezentace, valná hromada, launch nové služby či produkty aj.) až po akce ryze společenské (recepce, koktejl, garden party aj.). Akce zaměřené na podporu prodeje určitého výrobku nebo služby by měly být součástí plánu marketingové komunikace; organizování akcí se věnují specializované týmy v PR či promotion agenturách. Itbiz.cz (2017).

Projekt je časově ohraničená a ucelená sada činností a procesů, jejímž cílem je zavedení, vytvoření nebo změna něčeho konkrétního. Projekt je třeba určitým způsobem řídit. Managementmania.com (2015)

2.7.1 Vodácké akce

Kalendář akcí na **Padler.cz**: V této sekci naleznete seznam vodáckých akcí. Pro přidání nové akce vyplňte formulář, akce se zobrazí v seznamu níže po schválení administrátorem. Rubriky: Turistika, Divoká voda, Rafty, Seakajaky, ČPV, SUP, Maraton, Slalom/sjezd, Kanoepolo, Promítání, Eskymování, Kurzy, Kulturní akce, Jiné. Padler.cz (2017)

Kalendář akcí na **Raft.cz**. Kolonky formuláře: Začátek, Konec, Název, Informace o řece, Vodácká akce. Raft.cz (2017)

Termíny. Propozice rychlost, Slalom a sjezd, Rafting, Paddleboarding, Turistika, Ocean Paddling jsou na **Kanoe.cz** (2017)

Termínka. Nová akce do termínky vodních skautů obsahuje: Termín konání, Název akce, Místo, Popis akce, Kontakt. **Vodni.skauting.cz** (2017).

2.8 Bezpečnost

Vedení a autorita. Má velký význam pro výchovu a vedení lidí. Jednoduché rozdělení autorit:

- Formální, oficiálně delegovaná (vedoucí zájezdu, vedoucí oddílu, učitel, ...)
- Neformální, přirozeně respektovaná autorita (vodácký neorganizovaný klub, skupina kamarádů, ...) Ptáček (2015, 78)

Bezpečnost vedoucí formální skupiny musí činit zásadní rozhodnutí a mít např.: přehled o počtu lodí a lidí a průběžně tyto stavy kontrolovat. Určuje první a poslední loď ve skupině a zároveň rozhoduje, zda ještě jet či nejet při zvýšeném vodním stavu atd. Vzhledem k tomu že dle Řádu plavební bezpečnosti zodpovídá za jednotlivé osoby, měl by ve vlastním zájmu minimalizovat rizika.

Ptáček (2015, 79)

2.8.1 Školení bezpečnosti

Ptáček (2015, 79) Seznámení. Vybavení. Pádlování. Záchrana. Organizace na řece.

Seznámení: představení sebe a dalších vedoucích. Jaký úsek na účastníky čeká (obtížnost, okolí, délka, počet hodin na vodě). Jaký bude program sjezdu, postupné cíle (čas, trasa). Jaký je stav vody a co to pro plavbu znamená. Jaká jsou nebezpečná místa. Co si mají vzít účastníci s sebou do lodě (vybavení, jídlo, peníze, ...) Co si naopak nemají brát s sebou do lodě (mobily, foťáky, drahé předměty). Upozornit na pitný režim, zvláště za slunečného počasí. Upozornit na nebezpečí řetízků, náušnic, prstýnků (na vodu nebrat). Definovat, kdo se nemůže splutí zúčastnit (neplavec, epileptik, pod vlivem návykových látek, ...). Zdravotní stav osob (pokud někdo bere léky, aby je dal do lékárny vedoucího a neztratil je na vodě).

Vybavení: Definování nutného vybavení na vodu. Poučení, jak vybavení používat a k čemu slouží. Upozornit na sundávání ochranných prostředků během splutí, pokud k tomu nedá vedoucí pokyn.

Pádlování: Definovat loď, na které se pojedje. Popsat a předvést řídicí záběry na lodi. Technika výjezdu a nájezdu ke břehu+náklony. Jak se chovat při odjezdu nízkých lávek, větví, při nájezdu na překážku bokem.

Záchrana: Jak se chovat při převržení lodě. Popsat a předvést sebezáchranu a upozornit na nebezpečí při nesprávném plavání či stoupání. Popsat a předvést záchranu pomocí házečky (jak se mají klienti chovat, když jim vedoucí hodí házečku).

Organizace na řece: Pravidla pro první a poslední loď. Upozorní, kde je lékárna a náhradní vybavení (poslední loď). Jak se chovat když nevidím loď za sebou nebo před sebou. Jak se chovat při převržení nějaké lodě. Signály.

Po rozhovoru vedení: Zkontroluje vhodné vybavení jednotlivých účastníků a řádné upnutí ochranných pomůcek. Upozorní, že dokud nedostanou účastníci jasný pokyn, nemohou odkládat či povolovat ochranné pomůcky. Před první jízdou nechá všechny účastníky vyzkoušet plavání v tekoucí vodě a techniku sebezáchrany. Nespoléhejte se na teoretické ukázky. Ptáček (2015, 80)

Pravidla pro jízdu ve skupině. První loď se nepředjíždí. Za poslední loď se nezůstává. Ptáček (2015, 81)

To co je pro jednoho „brnkačka“, může být pro druhého vrcholem vodácké kariéry. Je podstatné aby vedoucí nepodléhá tlaku okolí nebo přihlížejícího davu. Úkolem vedoucího je dodržovat časový plán. Jízda potmě nepatří mezi bezpečné aktivity. Ptáček (2015, 82)

2.9 Média

Monitoring médií (tisku, rozhlasu, televize a internetu) Vám pomůže získat informace o vlastní či konkurenční publicitě a následně precizně vyhodnotit a porovnat mediální aktivity a jejich dopad. Jsme rádi, že si uvědomujete, že včasná a správně vybraná informace přináší významnou konkurenční výhodu. Anopress.cz (2017).

Ve spolupráci s jednotlivými vydavateli vytváříme unikátní databázi monitoringu českých médií s archívem od roku 1996, která obsahuje plné texty novinových a časopiseckých článků, doslovné přepisy televizních a rozhlasových relací a zprávy z internetových serverů. Nabídka našich produktů vychází z individuálních potřeb klientů, které se vždy snažíme naplnit. Anopress.cz (2017)

Vyhledávání, třídění a analýza dat. V rozsáhlém datovém balíku Vám pomůže v orientaci několik nástrojů na hledání a třídění dat. Výsledná data lze pak pomocí reportovacího editoru vyexportovat do Excelu a dále s nimi pracovat či je poslat dál. Mds.cz (2017)

Tiskové tituly	5 600 záznamů
Rozhlasové stanice	220 záznamů
Televizní stanice	177 záznamů
Internetové servery	1 600 záznamů
Adresy z uvedených databank	15 000 záznamů
Osoby z uvedených databank	33 000 záznamů

Obrázek 9. Rozsah databanky MDS

Přehled tisku ČR - Moravskoslezský kraj - Karviná

5plus2 (Moravskoslezský kraj), Albrechtické listy, Dětmarovické okénko, Dolnolutyňské noviny, Doubrava, Havířovsko, Havířovský deník, Info Těšínska, Informátor obce Horní Suchá, Karvinsko, Karvinský deník, Karvinský info, Karvinský zpravodaj, Kulturní zpravodaj, Listy Těrlicka, Magazín OC Karviná, Naš Rychvald, Oko (Bohumín), Orlovské noviny, Petrovický zpravodaj (Petrovice u Karviné), Petřvaldské noviny, Radniční listy (Havířov), Roots, Rychvaldský zpravodaj, Sova, Těšínské listy, Třinecký - Trzyniecki hutník, Váš region – Ostrava. Mds (2017)

Přehled tisku ČR-Moravskoslezský-Ostrava-město

1, 5plus2 (Moravskoslezský kraj), Bauhaus, Čavisovský zpravodaj, Dolnobenešovský zpravodaj, Hrabovské listy, Ikea, Jižní listy (Ostrava), Kádvojka, Krásná Ostrava, Krasničan, Lečo magazín, Ludgeřovický zpravodaj, Magazín Futurum (Ostrava), Martin, Metro, Michálkovický zpravodaj, Montér, Moravskoslezský deník, Národní divadlo Moravskoslezské, Národní divadlo Moravskoslezské (program), Naše město (Ostrava), Novobělský zpravodaj, Novoveské ozvěny, Nový prostor,

Obj, Ostrava Metropolitan Magazine, Ostravská radnice, Planeta, Pleso, Polanský zpravodaj, Prio - Porubská Radnice Informuje Občany, Program Ostravsko (Nakladatelství Mise), Proskovický Florián, Pustkovecký zpravodaj, Rab Noviny, Roots, Slezskoostravské Noviny, Sousedé, Starobělský zpravodaj, Svinovniček, Svinovský hlasatel, Těhule, Trubač, Třebovický kapr, Underground: Studenti Studentům, Václavovický Informátor, Vratimovské Noviny, Yourk, Zápas O Duši, Zpravodaj (Biocel, A.S.), Zpravodaj (Dolní Ihota), Zpravodaj (Městská nemocnice Ostrava), Zpravodaj centrum Moravská Ostrava a Přívoz, Zpravodaj dopravního podniku Ostrava, Zpravodaj Mariánských hor a Hulvák, Zpravodaj městského obvodu Petřkovice, Zpravodaj městského obvodu Vítkovice. Mds (2017)

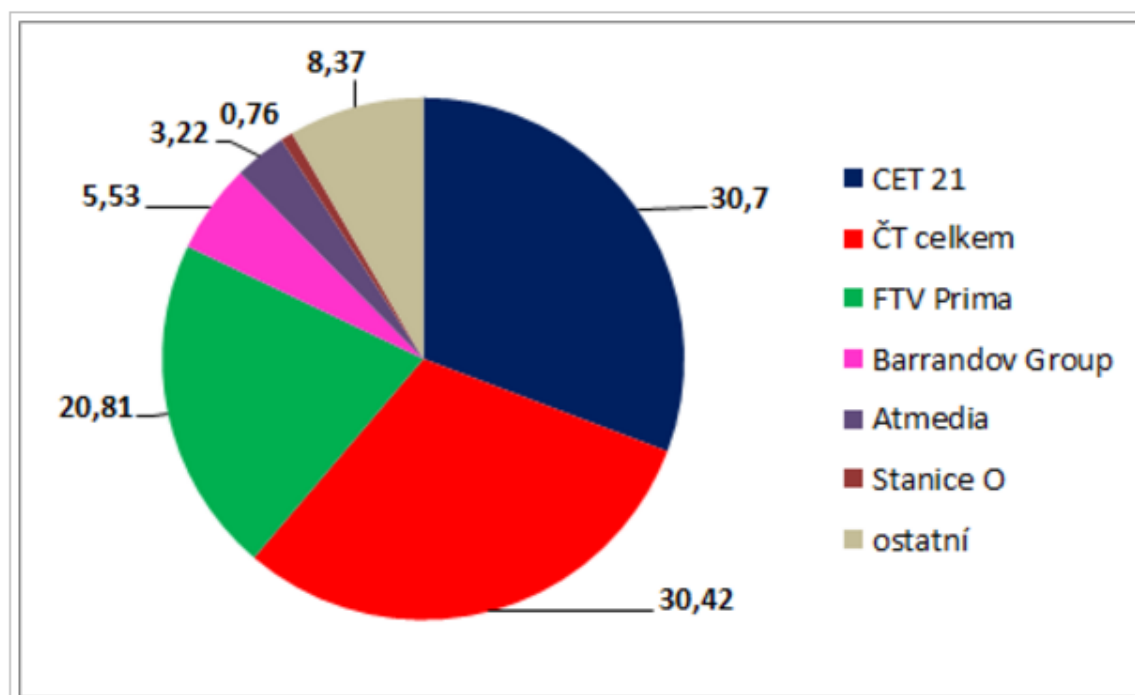
Mediaguru.cz (2017) Kina. Televize. Internet. Outdoor. Tisk. Rozhlas.

2.9.1 Kina

Roční návštěvnost českých kin dosáhla v roce 2015 téměř 13 milionů diváků, což je nejvíc od roku 2010. Ve srovnání s rokem 2014 přišlo do kin o 1,4 mil. diváků víc. Celkové čisté tržby z prodeje vstupenek představovaly v roce 2015 1,67 mld. Kč, což bylo o 14 % víc než v roce 2014. Vyplývá to z dat Unie filmových distributorů. Mediaguru.cz (2017)

2.9.2 Televize

Podíly TV skupin (%), rok 2015, celý den, D15+



Zdroj: [ATO-Nielsen Amdopshere](#)

Obrázek 10. Podíly TV skupin (%), rok 2015

Omezení TV reklamy je v Česku dvojího druhu – kvantitativní a kvalitativní.

Kvantitativní: komerční stanice mohou vysílat reklamy maximálně 12 minut za hodinu (komerční). Reklamní vysílání na veřejnoprávních kanálech ČT2 a ČT sport nesmí přesáhnout 0,5 % denního vysílacího času na každém z těchto programů, přičemž vysílání reklam nesmí v době od 19.00 hodin do 22.00 hodin překročit 6 minut v průběhu jedné vysílací hodiny. Na ostatních programech nesmí provozovatel ze zákona reklamu zařazovat s výjimkou reklamy, která je přímo spojena s vysíláním kulturní či sportovní události.

Kvalitativní: je zakázána reklama na tabákové výrobky, zbraně, léky, drogy a sex. Kromě obecných restrikcí zakazujících skrytou, klamavou a podprahovou reklamu je obsahově, popisně určeno, jaká reklama se nesmí v TV objevit. Upravuje to Zákon o regulaci reklamy. Mediaguru.cz (2017)

2.9.3 Internet

Spir.cz (2017). Sdružení pro internetový rozvoj v České republice, z.s.p.o. (SPIR) je profesní sdružení působící v oblasti internetu od roku 2000. V současné době tvoří členská základna sdružení 48 členů. Kromě provozování jednotného, široce respektovaného výzkumu návštěvnosti a sociodemografického profilu návštěvníků internetu NetMonitor, realizuje projekt monitoringu internetové reklamy AdMonitoring, analýzy zásahu reklamních kampaní AdAudit, odbornou konferenci o internetovém marketingu IAC.

Mediaguru.cz (2017) Dle výsledků NetMonitoru (10/2015) používají již více než 3 miliony uživatelů mobilní telefon k návštěvě webových stránek. Mezi nejnavštěvovanější kategorie patří stránky portálů (Seznam.cz, iDnes.cz,..), následují kategorie komunikační služby a bulvární magazíny . Počet zobrazení stránek provedených z mobilů přesahují miliardu.

Netmonitor.cz (2017). Počet uživatelů navštěvujících webové stránky zapojené do výzkumu NetMonitor přesáhl v únoru 7 milionů. Největší nárůst zaznamenaly webové stránky v kategorii IT servery, mobilní a digitální technologie. Z klasických počítačů je navštívilo 2,8 milionu reálných uživatelů (RU), tedy o 100 tisíc (3,8 %) více než v lednu. Nárůst návštěvnosti z mobilních telefonů činil 5,7 % (33 tisíc RU) a z tabletů 9,5 % (36 tisíc RU).

2.9.3.1 Redakční systémy

Gregor, J. (2011). 10 nejlepších redakčních systémů (CMS). Existují desítky skvělých redakčních systémů (CMS). Bez ohledu na to, jaký druh webu vytváříte, pravděpodobně už pro něj existuje vhodný systém. WordPress, Joomla! a Drupal, jsou docela bezpochyby nejlepší redakční systémy. Dalších sedm redakčních systémů je trochu více subjektivní volbou, avšak nabízí dobrou kombinaci podpory, funkcí a snadného použití. ExpressionEngine, TextPattern, Contao (dříve TYPOlight), SilverStripe, Umbraco, Concrete5, CushyCMS.

2.9.3.2 Responzivní web

Co je responzivní web a proč ho mít? Responzivní proto, že se přizpůsobí každému displeji. Ať už si váš web bude návštěvník prohlížet na mobilu, tabletu, počítači nebo jiném zařízení, bude pro něho web vždy přehledný a jednoduchý na obsluhu. Nemusíte tedy pro mobilní telefony vytvářet speciální mobilní verzi webu. Postačí vám jeden web na vše. Easyweb.cz (2017)

2.9.3.3 Sociální sítě

Ekvivalent: společenská síť, komunitní síť, internetová sociální síť, virtuální sociální síť, online sociální síť, webová sociální síť. Anglicky: social network, internet social network, online social network, virtual social network, community network. Internetová služba umožňující (zpravidla registrovaným) členům vytvářet svůj veřejný nebo částečně veřejný profil a navazovat virtuální vztahy s uživateli, s nimiž chtějí být ve spojení v rámci dané sítě, umožňující jim také komunikovat mezi sebou, sdílet společně informace, fotografie, videa, odkazy, plánovat akce a další aktivity. Většinu obsahu sociálních sítí vytvářejí samotní uživatelé. Sociální sítě virtuálně propojují různé osoby a instituce na základě společných přátelských či pracovních vztahů nebo stejného zájmu. Havlová (2003)

Sociální sítě jsou fenoménem – Facebook a Youtube u nás zná každý, o Twitteru a LinkedIn minimálně leckdo slyšel, u Skype mnozí možná ani netuší, že jde vlastně o sociální síť. Novotný, (2015)

Sociální sítě nejsou jenom svět Facebooku a Youtube. Kolik vlastně dalších sociálních sítí je? Na co se vůbec zaměřují? Na první otázku můžeme odpovědět hned na začátku: i když se to dalo čekat, malým překvapením je výsledné číslo sociálních sítí, které je v oblasti desítek až stovek. Novotný (2016).

Populární sociální sítě | 2015

 FACEBOOK Sdílení fotek, videí a odkazů od roku 2004 1490 mil. uživatelů To se mi líbí	 YOUTUBE Hostování videa od roku 2005 1000 mil. uživatelů To se mi líbí, To se mi nelíbí
 TWITTER Mikroblog od roku 2005 300 mil. uživatelů Tweet, Follow, Followers	 SKYPE Instant Mes., VoIP, Video Chat od roku 2003 300 mil. uživatelů Call, Video Call
 GOOGLE PLUS Sdílení fotek, videí, obsahu od roku 2011 300 mil. uživatelů Circles, Stream	 INSTAGRAM Sdílení fotografií od roku 2011 300 mil. uživatelů Hashtag, Followers
 VIBER Instant Mess., VoIP od roku 2010 249 mil. uživatelů Call, Keypad	 TUMBLR Mikroblog od roku 2006 230 mil. uživatelů Dashboard, Tag, Ask
 PINTEREST Sdílení fotografií od roku 2010 100 mil. uživatelů Boards, Pins	 LINKEDIN Business sociální síť od roku 2003 97 mil. uživatelů Profiles

ZDROJE: www.statista.com, www.socialbakers.com, en.wikipedia.org, www.iconarchive.com aj.

Obrázek 11. Mapa sociální sítě

2.9.4 Outdoor

Venkovní (outdoor) reklama umí být velmi účinným nástrojem, když chce podnikatel propagovat svoji firmu. Člověk se jí nevyhne, nejde totiž vypnout ani vyhodit. Podnikatel tak může jednoduše zacílit na požadovanou skupinu zákazníků. Podnikatel.cz (2009)

Fasádní malba a 3D nápis. Malba loga, znaků, obrázků a nápisů na fasádu. Označení firem na budovách. Tvoříme loga malbou na omítku z fasádních barev. Písmena na zeď z polystyrénu, styroduru, 3D nápisy. Grafik-aja.cz (2017)

2.9.5 Tisk

Hlavními kritérii pro vyhodnocování úspěšnosti tisku jsou odhady čtenosti (výzkum Media projekt) a vývoj průměrného prodaného nákladu (audituje ABC ČR). Nejčtenějším i nejprodávanějším celostátním deníkem je dlouhodobě Blesk (čtenost na vydání za první pololetí 2012 představovala 1,290 mil. čtenářů, prodaný náklad 316 tisíc výtisků) před MF Dnes (čtenost 789 tis. výtisků, prodaný náklad 208 tis.). Síť regionálních deníků Deník (sdružuje 71 deníků vycházející pod hlavičkou příslušné lokality) dosáhla v prvním pololetí 2012 souhrnné čtenosti 837 tis. čtenářů a průměrného prodaného nákladu 188 tisíc výtisků. Mediaguru.cz (2017)

Deníky a jejich přílohy oslovují téměř 70 % populace, nejčtenější je stále Blesk. Nejnovější data z výzkumu MEDIA PROJEKT za 3. čtvrtletí 2016 a 4. čtvrtletí 2016 ukazují, že tiskové tituly oslovují většinu populace v ČR. Tiskové tituly nečte pouze každý 10. obyvatel ČR mezi 12 – 79 lety. Mediahub.cz (2017)

2.9.6 Rozhlas

Denní poslechovost se vyrovnává, v týdenní jsou rozdíly výraznější. Rozhlasové stanice na druhé, třetí a čtvrté příčce v denní poslechovosti jsou totiž statisticky vyrovnané. Evropa 2 má podle průzkumu 848 tisíc posluchačů denně, Frekvence 1 jich má 843 tisíc, tedy pouze o pět tisíc méně. A Český rozhlas Radiožurnál na čtvrtém místě má v průzkumu hodnotu 832 tisíc. Od stříbrné příčky ho dělí pouhých 16 tisíc posluchačů, od třetího místa pouze 11 tisíc. Nejposlouchanější regionální Rádio BLANÍK má 583 tisíc posluchačů. Koiš (2017)

Median.eu (2017). Mediální výzkumy. Kontinuální měření čtenosti a poslechovosti a exklusivní ad-hoc výzkumy na míru. Národní výzkum čtenosti MEDIA PROJEKT. Kontinuální měření realizujeme již od roku 1994 a postihuje 250 tištěných titulů na ročním vzorku 25 000 respondentů. Do výzkumu čtenosti jsou zařazeny hlavní tituly denního tisku a časopisů a vybrané televizní stanice. Hlavním uživatelem je Unie Vydavatelů a data vstupují do plánovacích platform mediálních agentur. Projekt spolurealizujeme, sběr dat probíhá kontinuálně 50 týdnů v roce, a to na reprezentativním vzorku populace ČR. Respondenti jsou k rozhovoru vybráni náhodným způsobem.

2.10 Bezpečnost

Co musím umět a znát, abych mohl vykonávat své povolání? To Vám řekne centrální databáze kompetencí pro všechna povolání, se kterými katalog Národní soustavy povolání pracuje. Nsp.cz (2017)

Ptáček (2014, 45) Pro materiál do válce nelez – nemusel bys ho potom už potřebovat.

Nebezpecnejezy.cz (2017). Záchrané prostředky. Házecí pytlík. Záchraný kruh. Záchraná podkova. Záchraný míč. Záchrana osob pomocí náhodných nebo provizorních pomůcek.

Voda-nebo-alkohol.cz (2017). Cíl projektu. Název „Voda nebo alkohol?“ ukazuje na možnost volby. Někteří vodáci chtějí na vodě poznat přírodu, odpočinout si a trochu si zasportovat. A naopak jiní, spíše nevodáci, z různých příčin berou vodu pouze jako příležitost se opíjet až za hranici přijatelnou pro

okolí. Náš projekt chce ukázat, že právě při první volbě je voda tím opravdovým zážitkem. Alkohol nebo jiné návykové látky nejsou nejlepším společníkem pro mnoho sportů a platí to i pro splouvání řek. Alkohol bourá zábrany a někdy i ty, které jsou potřeba na vodě naopak posílit. Nejčastější příčinou utonutí vodáků je splouvání nebezpečných jezů pod vlivem návykových látek. Alkohol způsobuje rychlejší Volkswagen podchlazení. Pravidla plavebního provozu zakazují řídit loď pod vlivem alkoholu za přestupek hrozí pokuta v přestupkovém řízení až do 100000 Kč. Řeka není odpadkový koš.

Posejdon.cz (2017). Projekt „Slezské Benátky bezpečně“ jsme předložili nadaci OKD v rámci dotačního titulu Pro region zaměřený na bezpečnostní prvky na řece Olši (například informační a varovné cedule, záchranné podkovy u jezů, atd).

SMRTELNĚ NEBEZPEČNÝ JEZ
LETHALLY DANGEROUS WEIR

SLEZSKÉ BENÁTKY BEZPEČNĚ

VODÁCKÝ PŘÍVODCE

KARVINÁ

DĚTMÁROVICE

ŘEKA OLŠE

I TY MŮŽEŠ POMOCI !!!
POSEJDON.CZ

Dostat kamaráda z divoké vody není snadné
Bojovali o život ve vodním válci

Obrázek 12. Slezské Benátky bezpečně - leták

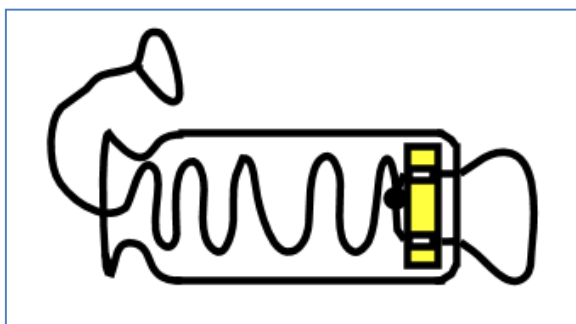
2.10.1 Záchranné prostředky



Obrázek 13. Preventivní záchranné pomůcky

Velký test házecích pytlíků. Osobní záchranná pomůcka v podobě dostatečně pevného plovoucího lana smotaného v sáčku zpravidla z nepromokavé látky. Ptáček (2001)

Házečka - plovoucí lano z polypropylenu o průměru minimálně 8, raději 10 až 12 mm, ještě lepší je lano utkané jako dutý plochý popruh, délky 10–25 m (výjimečně a pro speciální užití delší) ve vaku z tkaniny signálních barev, do kterého je upevněn kousek plovoucího materiálu. Na konci lana při připevnění k pytlíku je oko provlečené plastovou hadičkou, či jinak vyztužené pro lepší uchopení. Podobně může být chráněn i druhý konec, který tak často svádí držení v jedné ruce při záchraně, což může být nebezpečné. Novotný (2001)



Obrázek 14. Házečí pytlík

Neuman, J. (2008). Vodácké desatero:

- Nejezdi na řece sám. Řeka tvé prosby o pomoc nevyslyší.
- Nepřeceňuj své schopnosti a možnosti. Hřbitovy jsou plné hrdinů.
- Nepodceňuj chladnou vodu, počasí ani vodní stav.
- Plovací vesta pomáhá plavat, chrání i hřeje.
- Nejezdi bez helmy. Kameny i větve jsou většinou tvrdší než tvoje hlava.
- Na nohy jsou dobré kecky. V řece je spousta skla a mezi kameny se dobře lámou kotníky.
- Každý jez si nejdříve prohlédni. Není ostuda jej přenést.
- Záchrané lano, karabina a další vybavení pro záchranu nejsou přepych.
- Zavazadla v lodi si dobře přivaž.
- Alkohol nepatří ani za kormidlo.
- Řeka není popelnice.
- Chovej se slušně a měj ohled na ostatní.

2.11 Vydavatelství

Mezinárodní registrační systémy: ISBN, ISMN, ISSN. Jeřábek (2017)

2.11.1 ISBN

Systém mezinárodního standardního číslování knih - ISBN (International Standard Book Numbering) vznikl koncem 60. let ve Velké Británii původně jako národní systém. Postupně se rozšířil do více než 190 zemí. V České republice je zaveden od roku 1989 (tehdy ještě Československá socialistická republika). Jeřábek (2017)

Nkp.cz (2012). Desatero účastníka systému ISBN:

- Vstup do systému ISBN je dobrovolný. Vstupte do něj až po zvážení jeho výhod. Vystoupit ze systému již nelze.
- Hlaste neprodleně změny názvu vydavatele i změny dalších údajů.
- Případnou likvidaci vydavatelství neprodleně oznamte Národní agentuře ISBN v ČR a vraťte jí přidělený blok čísel ISBN.
- Zasílejte ohlašovací lístky (elektronicky nebo poštou) v okamžiku přidělení čísla ISBN, tzn. jakmile jde kniha do tisku.
- Přidělujte čísla ISBN pouze publikacím považovaným systémem ISBN v ČR za knihu.
- Zajistěte správné vytištění čísla ISBN v knize.
- Neposkytujte vlastní čísla ISBN jiným vydavatelům.
- Pečlivě evidujte všechna přidělená čísla ISBN.
- Nepřipusťte zneužití systému ISBN k jakýmkoliv jiným účelům, než je stanoveno Mezinárodní agenturou ISBN.
- V případě jakýchkoliv pochyb či nejasností se obraťte na Národní agenturu ISBN v ČR.

2.11.1.1 Povinný výtisk

Povinný výtisk. Výtisk dokumentu, který musí určené subjekty působící na knižním trhu v daném státě zdarma odevzdávat určeným (národním, státním, veřejným) institucím - příjemcům povinného výtisku, a to obvykle na základě zákonné povinnosti ve stanovené lhůtě od data vydání dokumentu. Povinný výtisk plní čtyři základní funkce: evidenční, bibliografickou, archivní a akviziční. Anglický ekvivalent povinného výtisku - copyright deposit se používá pouze v americké oblasti, vychází z praxe v Library of Congress. Avšak častěji se v USA užívá termín legal deposit, který je běžný i v jiných anglicky mluvících zemích. Celbová, I. (2003)

2.11.2 ISMN

Systém mezinárodního standardního číslování hudebnin – ISMN (International Standard Music Numbering) existuje od roku 1995. (První zemí, v níž byl zaveden, bylo Německo.) V České republice je v provozu od roku 1996. Systém vznikl v důsledku úspěchu systému ISBN a je určen pro specifický druh publikací - tištěné hudebniny. V současné době je v systému ISMN registrováno 60 zemí. Jeřábek (2017)

2.11.3 ISSN

Systém mezinárodního standardního číslování seriálových publikací - ISSN (International Standard Serials Numbering) vznikl koncem 60. let ve Spojených státech, kde se původně čísla ISSN přidělovala centrálně. Postupně se rozšířil do téměř 90 zemí. V České republice je zaveden od začátku 70. let (tehdy ještě Československá socialistická republika). Jeřábek (2017)

3 CÍLE

Hlavním cílem bakalářské práce je analýza současné marketingové komunikace Spolku POSEJDON. Vypracování návrhů možných řešení vedoucích k rozvoji marketingové komunikace organizace s využitím grafických prvků v podobě schémat, myšlenkových map a fotokoláží.

Výzkumná otázka

Jaké nástroje marketingové komunikace Spolek POSEJDON využívá?

3.1 Úkoly

Studium a analýza odborné literatury.

Analýza statistických dat z Výroční zprávy Spolku POSEJDON z roku 2016.

Analýza nástrojů organizace.

Analýza marketingové komunikace Spolku POSEJDON podle myšlenkových map a fotokoláží.

3.2 Charakteristika výzkumného vzorku

Analýza podle Výroční zprávy Spolku POSEJDON z roku 2016 zahrnuje počet akcí, projektů a mediální statistiky.

3.3 Metodika sběru dat

Autor zvolil statistickou metodu. Výroční zpráva Spolku POSEJDON z roku 2016 je volně přístupná na internetu ve formátu pdf.

Data z roku 2017 poskytlo vedení Spolku POSEJDON.

3.4 Etické aspekty výzkumu

V průběhu výzkumu byly dodrženy etické zásady výzkumu.

4 VÝSLEDKY

4.1 Studium a analýza odborné literatury

Spolek Posejdon založil 11.4. 2005 Josef Tobola. Od roku 2012 je Posejdon členem spolku Rada dětí a mládeže Moravskoslezského kraje (RADAMOK), proto se na členy spolku vztahuje rámcová pojistka České rady dětí a mládeže (ČRDM). Od roku 2013 je Posejdon členem spolku Místní akční skupina Bohumínsko (MAS Bohumínsko). Od roku 2014 je předsedou spolku Roman Štolfa. Vychází Almanach 2005-2015. V roce 2015 vydal Posejdon v tištěné podobě. Publikuje také tzv. Posejdonoviny, kde shrnuje aktivity spolku za rok 2015. Obsahuje mimo jiné přehled partnerů – finančních i spolupracujících organizací z ČR i zahraničí, bez jejichž podpory by činnost nebyla tak bohatá...

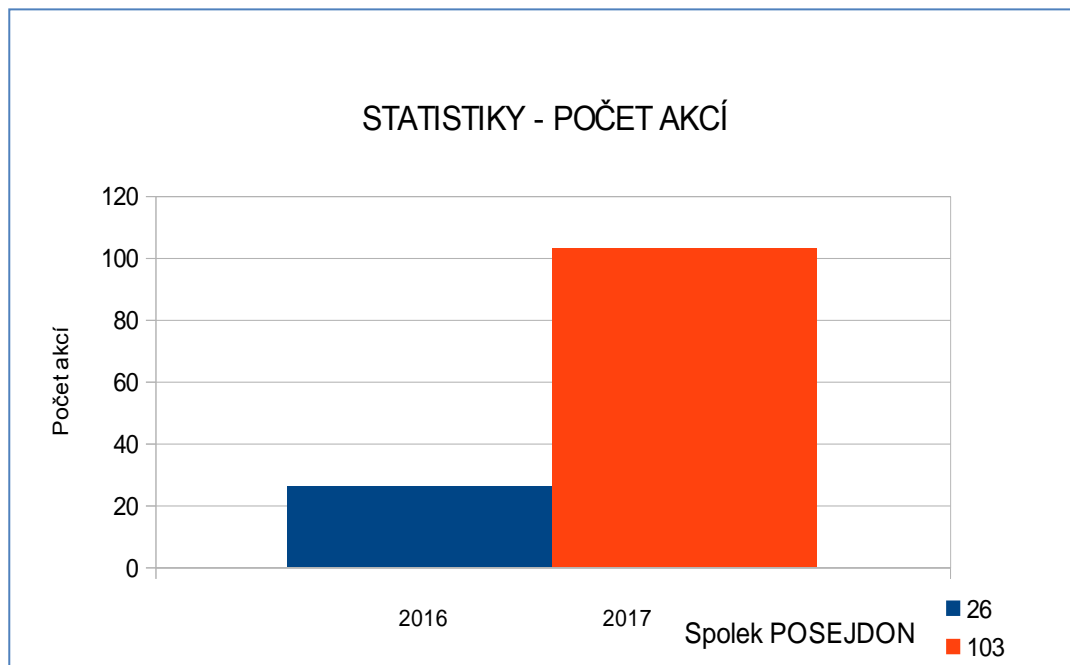
Spolek Posejdon provozuje stránky www.posejdon.cz. Aktuální přehled akcí je v Kalendáři. Administrátor podle žádostí o rezervaci lodí, louky, vodáckých potřeb, atd. průběžně doplňuje. Vybrané akce propaguje na sociální síti facebook a na stránkách Partnerů. Instruktoři organizují vodácký program a sdružují zájemce o vodní turistiku do zájmových skupin. Posejdon.cz (2017)



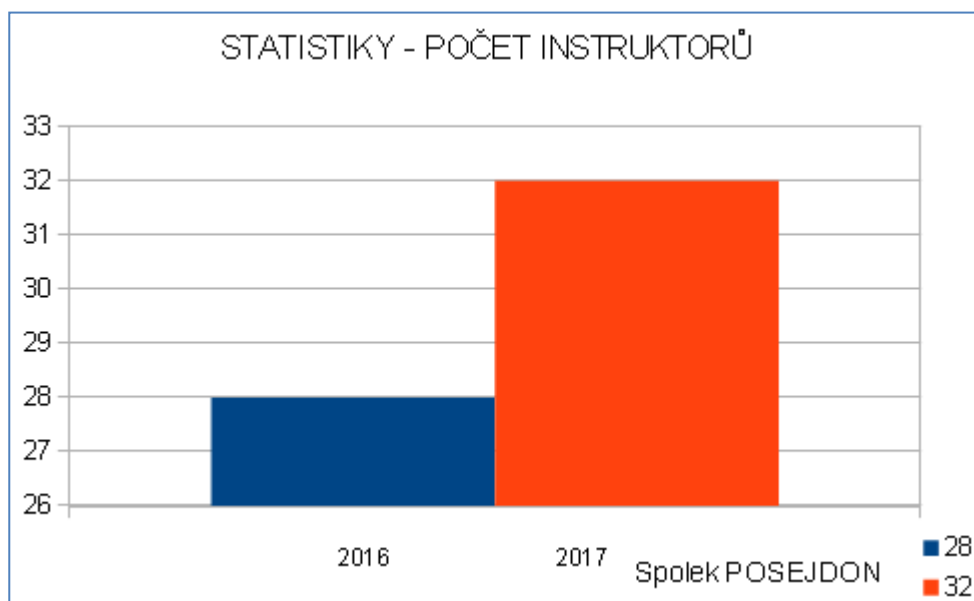
Obrázek 15. Myšlenková mapa organizace Spolku POSEJDON

4.2 Analýza statistických dat z Výroční zprávy Spolku POSEJDON za 1. pololetí roku 2016 s rokem 2017

Z výčtu akcí Výroční zprávy Spolku POSEJDON 1. pololetí roku 2016, kdy ve srovnání s kalendářem roku 2017 vyplývá 4 násobný počet akcí.



Obrázek 16. Spolek POSEJDON, Statistika – nárůst počtu akcí za 1. pololetí 2017 ve srovnání s rokem 2016



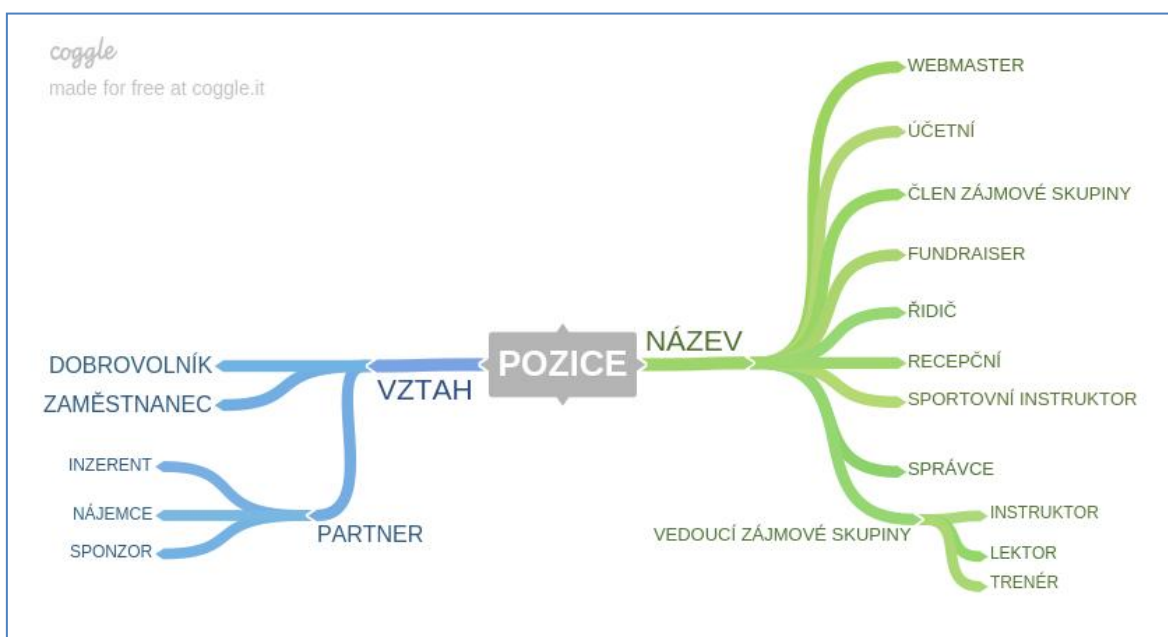
Obrázek 17. Spolek POSEJDON, Statistika – nárůst počtu instruktorů za první pololetí 2017 ve srovnání s rokem 2016

4.3 Analýza nástrojů organizace

Organizace: Činnost organizace řídí čtyřčlenné představenstvo ve složení předseda, místopředseda a dva členové (viz Obrázek 15). Vrcholným orgánem je Valná hromada, která se schází minimálně 1x ročně v rámci tradiční mezinárodní akce Novoroční sjezd Olše.

Lodě, materiál a vodácké potřeby: Spolek POSEJDON disponuje vodáckým vybavením a zázemím vhodným pro základní vodácký výcvik. Z pevných lodí má kanoe, kajaky a pramice. Z nafukovacích lodí pak rafty a kánoe (viz Obrázek 7)

Lidské zdroje: Základním pilířem rozvoje organizace a příslušných zájmových skupin jsou dostatečně kompetentní lidé. Přehled základních pozic je zobrazen v myšlenkové mapě Pozice.



Obrázek 18. Myšlenková mapa Pozice

Na Posejdon.cz/prace je aktuální přehled pozic ve vztahu k Národní soustavě povolání. Nsp.cz (2017). Indoor animátor, Animátor volnočasových aktivit, Outdoor animátor, Pedagog volného času, Lektor dalšího vzdělávání, Kapitán IV. Třídy, Kapitán III. Třídy, Kapitán II. třídy, Kapitán I. třídy, Správce objektu, Vedoucí kempu, Průvodce cestovního ruchu, Průvodce specialista pro region, Kuchař, Manažer programů a komplexních projektů, Manažer projektu,

Poříčný, Vodař – údržba vodních toků, Pomocný pracovník ve vodním hospodářství, Projektant vodních staveb, Samostatný projektant vodních staveb, Pomocný pracovník v dopravě, Pomocný lodník, Samostatný strážce přírody, Řidič, Správce IT, Administrátor projektu, Administrativní pracovník, Účetní, Art grafik.

Na Posejdon.cz/instruktori je aktuální přehled instruktorů. Instruktorům spolku Administrátor vytváří na stránkách profil. Ten má jednotnou formu v názvu Posejdon.cz/jméno a příjmení, takže například Josef Tobola má stránku tvaru www.posejdon.cz/joseftobola. Profil standardně obsahuje jméno, příjmení, přezdívkou, fotografii a popis vodácké praxe. Někteří instruktoři spolku Posejdon jsou aktivní v různých zájmových skupinách.

Zájmové skupiny: Na stránkách tvaru Posejdon.cz/název skupiny je název, cíle, historie, přehled členů a logo příslušné zájmové skupiny. Skupiny jsou lokální (Vodáci Bohumín, Vodáci Ostrava, ...), nebo oborové (Instruktoři, Literární skupina, Dobrovolníci). (Obrázek 15)

Půjčovna: Spolek Posejdon se specializuje především na začínající vodáky. Zájemcům z řad široké veřejnosti je přidělen garant akce z řad instruktorů. Ten zodpovídá za poučení účastníků, řádné předání a převzetí inventáře. Rezervace se řeší online přes veřejně přístupný formulář na stránkách Posejdon.cz. (Obrázek 19 a 20)

Podklady k akci

Osobní údaje budou využity pouze za účelem poskytování uvedené služby a v souladu se zákonem č. 101/2000 sb., o ochraně osobních údajů.

Jméno *

E-mail *

Telefon *

Název akce

Datum konání

Místo konání

BUDOVA

Klubovna
 Kuchyně
 Sál
 Sprcha
 Pódium

VENKOVNÍ PROSTORY

Louka
 Ohniště
 Úprava tábořiště
 Lesík

VYBAVENÍ PRO LIDI

Plátno
 Počítač
 Dataprojektor
 Lavice
 Stoly

ENERGIE

Elektrina
 Plyn

VODÁCKÉ POTŘEBY + POČET

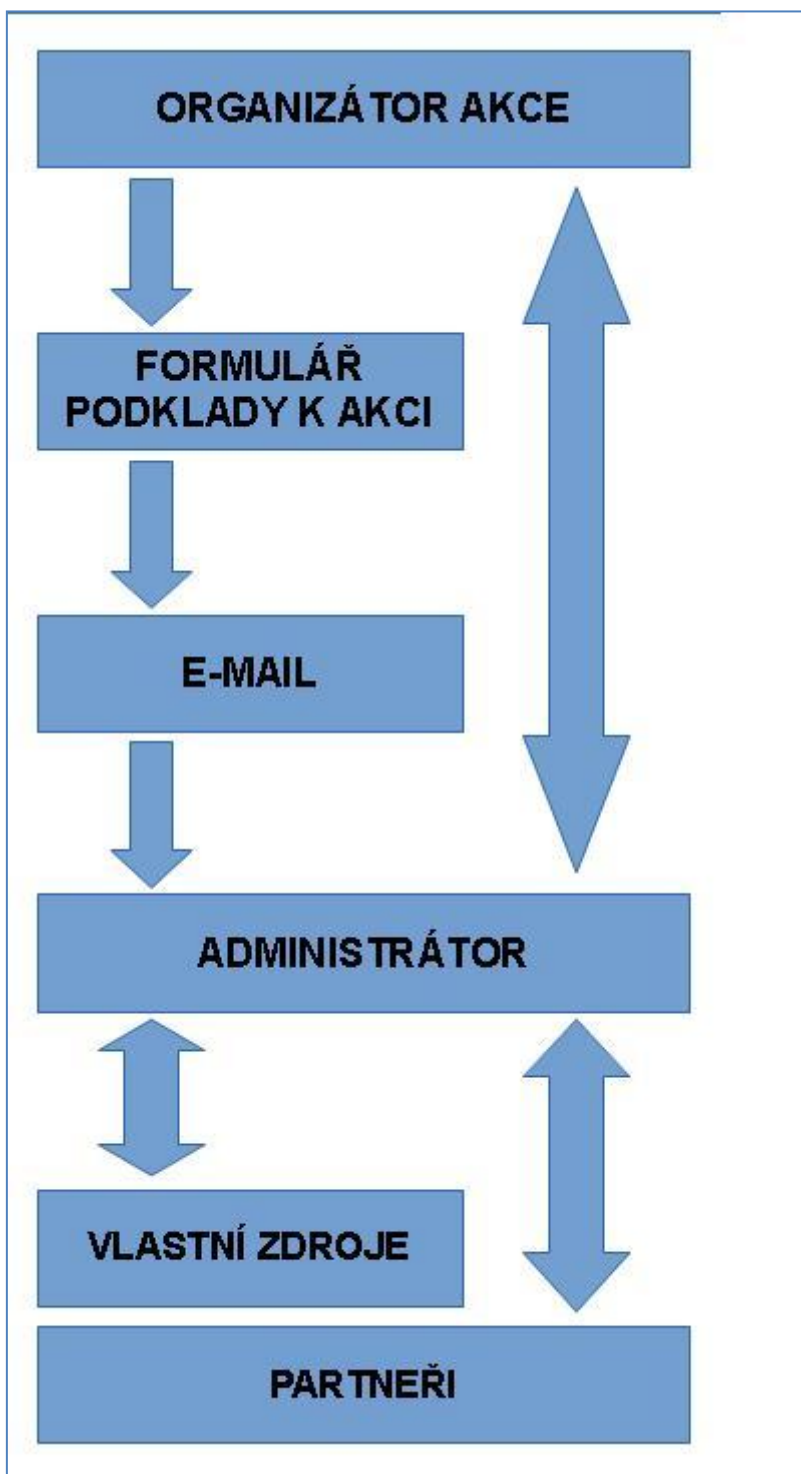
Lodě

OSTATNÍ

Jestli potřebujete lektora případně další služby Posejdonu pište zde...

Obrázek 19. Formulář Podklady k akci na Posejdon.cz

Kontaktní osobou je Administrátor. Viz schéma marketingové komunikace (Obrázek 20).



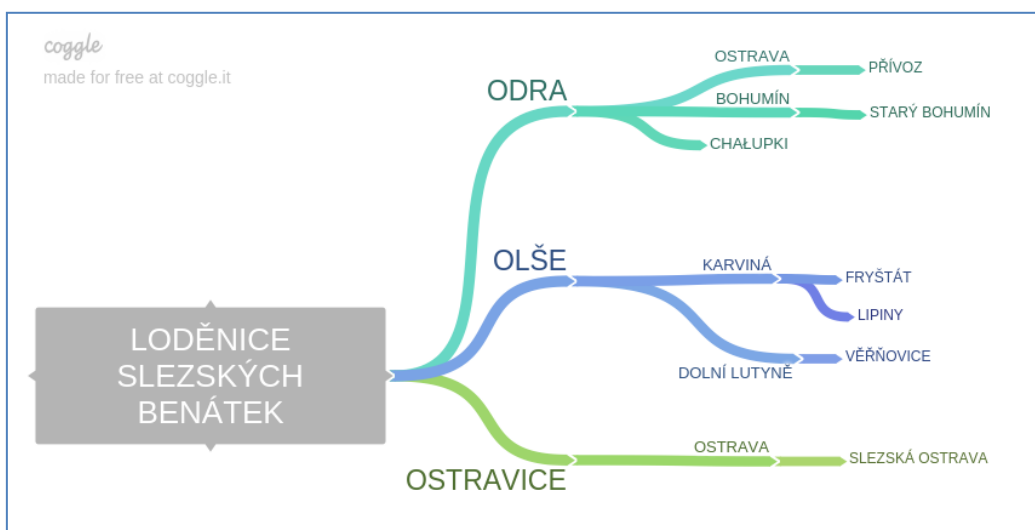
Obrázek 20. Schéma marketingové komunikace Spolku POSEJDON pro formulář Podklady k akci

Zázemí a loděnice: Sídlo organizace je na Karvinsku, na řece Olši, na adrese Hlavní 33, Dolní Lutyně – Věřňovice, na pozemku rodiny Tobolových. Na základě dalších smluv s městem Bohumín a partnery pak má ve správě další místa. Například odpočívku vodácké stezky u nástupního místa ve Věřňovicích.



Obrázek 21. Areál ve Věřňovicích

Na Posejdon.cz/lodence-slezskych-benatek je přehled loděnic, kde instruktoři spolku Posejdon působí. Například od roku 2015 garantuje spolek Posejdon vodácký program také v Ostravě na Loděnici pod hradem. Přehled Loděnic Slezských Benátek znázorňuje přehledná myšlenková mapa.



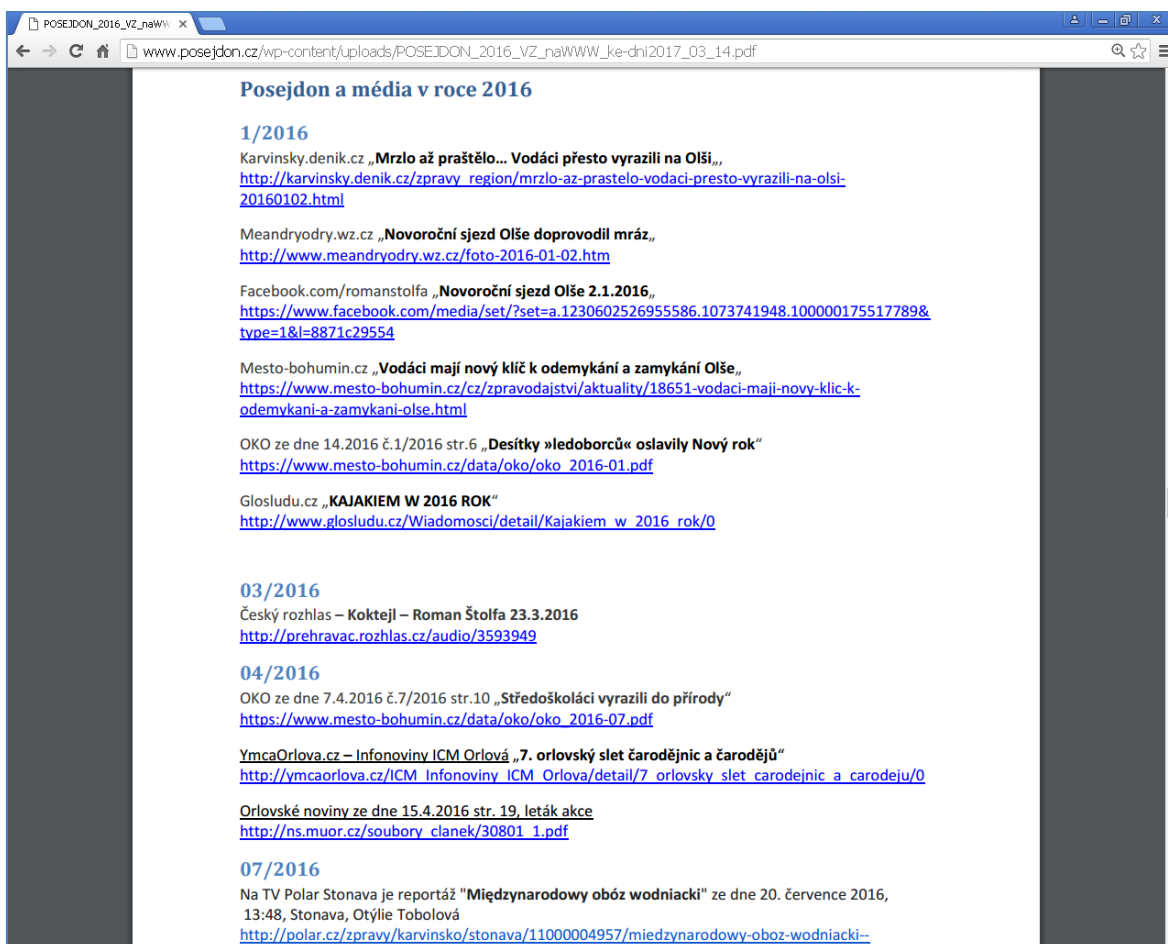
Obrázek 22. Myšlenková mapa Loděnic Slezských Benátek

Fundraising spolku Posejdon: Finanční prostředky Spolek POSEJDON získává z vlastní činnosti a od různých partnerů – viz Posejdon.cz/partneri. Patří sem nadace, obce, kraj a sponzoři. Například Ahoj Bohumín, AHOOOJ, z.s. Ostrava, město Bohumín, Campanula vodáci Ostrava, Český svaz žen Orlová, Český webhosting s.r.o, Dolní Lutyně, DDM Orlová, DDM Bohumín, Dětský diagnostický ústav, základní škola a školní jídelna Bohumín, EURO-RING Ostrava s.r.o, Grafik-Aja Bohumín, Geotrips s.r.o. Brno, Handi help servis, v.o.s. Bohumín, Hraniční meandry Odry Bohumín. 8. oddíl Hraničář Karviná. Iniciativa Dokořán Karviná, Jooonyy.pl, JSB Match Diabolo, Město Karviná, KMO Ostrava, Loděnice pod hradem, z.s. Ostrava, MAS Bohumínsko, Moravskoslezský kraj, Klub Kajakowy Meander Chałupki, Mirago Ostrava, Nadace OKD, Nadace ČEZ, Nadační fond Tesco, město Orlová, OKD a.s. Karviná, OVAK Ostrava, Osvětová beseda Dolní Lutyně, VK Perun Ostrava, Povodí Odry s.p., Pod Zeleným dubem Bohumín, Přátelé Bohumínské historie, Polski Związek Kulturalno Oświatowy místní skupina Věřňovice, Rada dětí a mládeže Moravskoslezského kraje, Racek z.s. (Rybářství a celková ekologie krajiny) Bohumín, Regionální knihovna Karviná, SCEAV Český Těšín, Sportovní-klub.CZ Havířov, TIK Bohumín, VK Tsunami Ostrava, Vzájemné soužití o.p.s. Ostrava, Wiejski Dom Kultury w Czyżowicach, ZŠ Mendelova Karviná. Předkládané projekty schvaluje Představenstvo spolku v čele se statutárním zástupcem – předsedou.

Mládež kraje, Cesta k městu, Cesta k městu II, Napříč krajem, SAD mikrograntů, to je několik příkladů lokálních dotačních příležitostí, kde se členové spolku aktivně zapojují svými projekty.

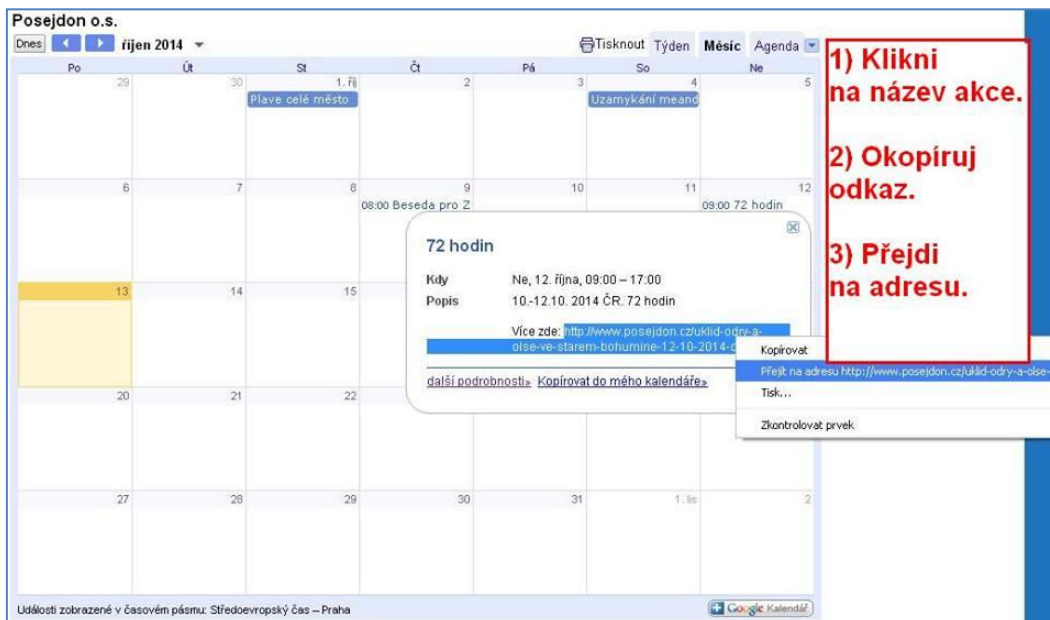
Fondy EU a přeshraniční spolupráce: Spolek Posejdon se podílí na řadě mezinárodních projektů. Zpravidla zajišťuje vodácký program. Z mezinárodních dotačních titulů předkládá s partnery projekty na Fond mikroprojektů, nebo např. Víšegradský fond. Prioritou je spolupráce institucí a komunit, vzdělávání a kvalifikace.

Média a publikace: S projekty různých donátorů i zájmových skupin je spojena povinná publicita. Z regionálních médií spolek využívá např. Televizní informační kanál (TIK), OKO, TV Polar, Karvinský zpravodaj, Dolnolutyňské noviny, Karvinský zpravodaj. Přehled odkazů na příslušné mediální výstupy monitoruje Administrátor a vkládá je k příslušným akcím internetové prezentace a do Výroční zprávy příslušného roku v části Posejdon a média.

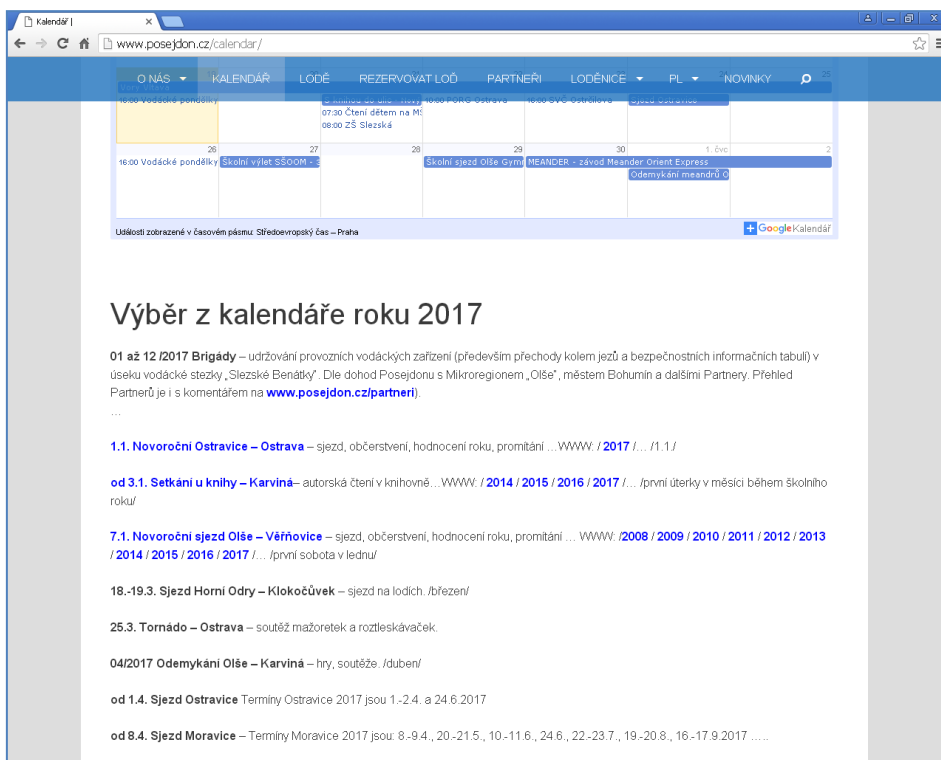


Obrázek 23. Mediální výstupy ve Výroční zprávě v kapitole Posejdon a média

Akce Spolek POSEJDON prezentuje na internetu v aplikaci Google kalendář. Aplikaci sdílí na Posejdon.cz/calendar společně s návodem a přehledem nejvýznamnějších akcí. (Obrázek 24 a 25)



Obrázek 24. Návod pro Google kalendář na Posejdon.cz



Obrázek 25. Výběr z Kalendáře na Posejdon.cz

Knihy vydává Spolek Posejdon v rámci podpory skupiny autorů a instruktorů. Například Pohádky a pověsti nejenom z Kysúc, Vodáci autoři Olzy a Odry, Almanach Literárního klubu 2015-2016 (Obrázek 26)



Obrázek 26. Obálky knih

Na řadě knih se členové Spolku podíleli. Například Vodácký průvodce řekami Moravskoslezského kraje, Przewodnik kajakowy po rzekach okręgu morawsko-śląskiego (Obrázek 26). Úkoly spojené s vydáním knihy jsou zobrazeny v myšlenkové mapě na téma Kniha (Obrázek 27)

4.4 Analýza marketingové komunikace Spolku POSEJDON podle myšlenkových map a fotokoláží

Spolek POSEJDON je nestátní neziskovou servisní organizací. Cíle organizace přehledně zpracována v části **Myšlenková mapa Strategie POSEJDON** (Obrázek 1).

Organizační struktura spolku je zpracována pod názvem **Myšlenková mapa organizace Spolku POSEJDON** (Obrázek 15).

Podle stanov organizace působí na území celé ČR. V současné době své aktivity rozvíjí především na území Moravskoslezského kraje na česko-polském příhraničí v oblasti Těšínské Slezsko. Proto jsou v práci **Turistické regiony a oblasti České republiky** (Obrázek 5 a 6). S touto problematikou souvisí **Myšlenková mapa Loděnice Slezských Benátek** (Obrázek 22) a **Areál ve Věřovicích** (Obrázek 21).

V České republice existuje řada neziskových organizací – viz **Statistika počtu neziskových organizací 2014-2016** (Obrázek 4) s různým zaměřením – viz **Typologie NNO v ČR podle funkcí** (Obrázek 3).

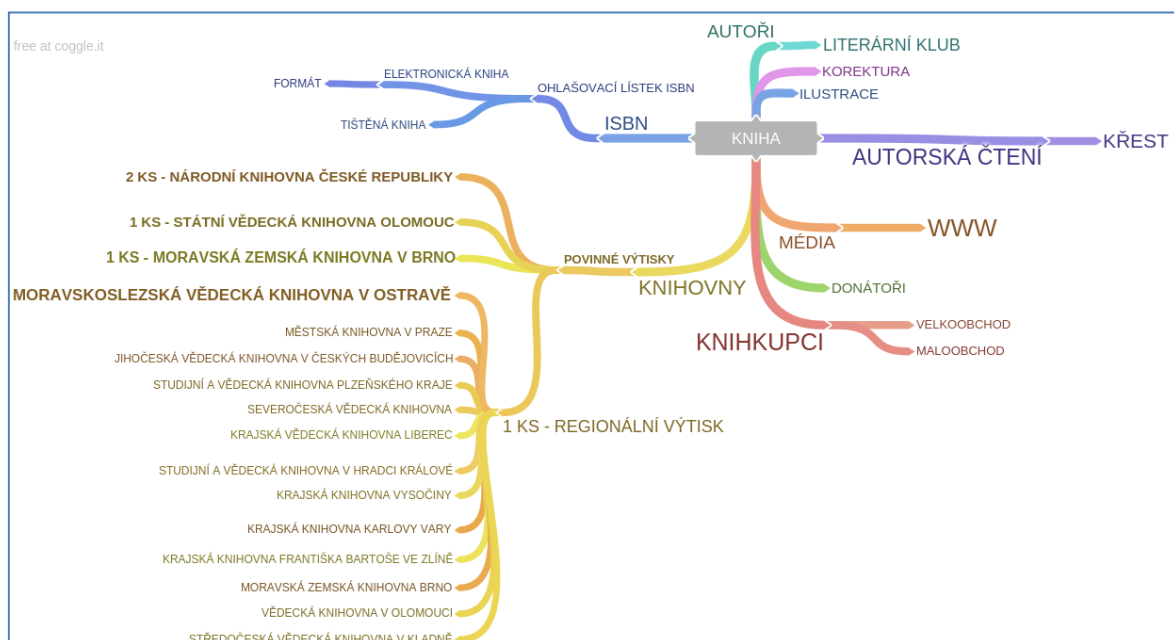
Komerční i neziskový sektor se řídí zákony – viz **Nejpoužívanější předpisy na Zakonyprolidi.cz** (Obrázek 2). S marketingovou komunikací souvisí analýzy. Příkladem je analýza **SWOT** (Obrázek 8) a monitoring médií – viz **Rozsah databanky MDS** (Obrázek 9). Vlastníci médií mohou významně ovlivnit veřejné mínění a pozitivní image organizace, proto jsou do této práce zařazeny **Podíly TV skupin (%), rok 2015** (Obrázek 10), **Mapa sociální sítě** (Obrázek 11) a **Mediální výstupy ve Výroční zprávě v kapitole Posejdon a média** (Obrázek 23)

Spolek POSEJDON vlastní lodě a vodácké potřeby – viz **Posejdon.cz (2016). Lodě.** (Obrázek 7), **Preventivní záchranné pomůcky** (Obrázek 13), například **Házecí pytlík** (Obrázek 14). Organizuje řadu akcí – viz **Spolek POSEJDON, Statistiky – nárůst počtu akcí za 1. pololetí 2017 ve srovnání s rokem 2016** (Obrázek 16) a projektů. Příkladem jsou **Slezské Benátky bezpečně - leták** (Obrázek 12).

Obrázek grafu **Spolek POSEJDON, Statistika – nárůst počtu instruktorů za první pololetí 2017 ve srovnání s rokem 2016** (Obrázek 17) je výsledkem prezentačně náborových aktivit pro různé pozice – viz **Myšlenková mapa Pozice** (Obrázek 18).

V rámci rozvoje lidských zdrojů je potřeba automatizace – viz **Formulář Podklady k akci na Posejdon.cz** (Obrázek 19) a příslušné návody – viz **Schéma marketingové komunikace Spolku POSEJDON pro formulář Podklady k akci** (Obrázek 20) nebo například **Návod pro Google kalendář na Posejdon.cz** (Obrázek 24). Přehled přímých odkazů tradičních akcí nabízí **Výběr z Kalendáře na Posejdon.cz** (Obrázek 25).

Spolek POSEJDON sdružuje také autory a publikuje jejich díla – viz **Obálky knih** (Obrázek 26). O úkolech spojených s vydáním knihy vypovídá **Myšlenková mapa Kniha** (Obrázek 27)



Obrázek 27. Myšlenková mapa Kniha

5 ZÁVĚRY

Z přehledu Marketingová komunikace Spolku POSEJDON do roku 2017 (Obrázek 28) vyplývá jaké nástroje marketingové komunikace Spolek POSEJDON využívá. Výsledkem je nárůst počtu instruktorů a akcí (Obrázek 16 a 17)

Marketingová komunikace Spolku Posejdon		
A- ano, N-ne		
1.	INTERNET	A
1.1.	E-MAIL	A
1.2.	WWW STRANKY	A
1.2.1.	REKLAMA	A
1.2.1.1.	EVENTY	A
1.2.1.2.	DISKUZE, KONFERENCE	A
1.2.1.3.	TEXTOVA REKLAMA	A
1.2.1.4.	BANNEROVA REKLAMA	A
1.2.1.5.	AFFILIATE	N
1.2.1.6.	TISKOVA ZPRAVA	A
1.2.1.7.	WEB 2.0	A
1.2.1.7.1.	FORA	N
1.2.1.7.2.	WIKI SYSTEMY	N
1.2.1.7.3.	BLOGY	A
1.2.1.7.4.	KOMUNITNI WEBY	A
1.2.1.7.5.	SOCIALNI SITE	A
1.2.1.7.6.	FACEBOOK	A
2.	MERENI UCINNOSTI	A
3.	MARKETING	A
3.1.	VIRALNI MARKETING	N
3.2.	PRODUCT PLACEMENT	N
3.3.	GUERILLA	N
3.4.	MOBILNI MARKETING	A
3.4.1.	SMS, MMS	A
4.	NASTROJE KOMUNIKACE	A
4.1.	VNEJSI	A
4.1.1.	MEDIA	A
4.1.1.1.	TELEVIZE, RADIO, INTERNETOVE SERVERY	A
4.1.1.1.1.	ODBORNE CLANKY	A
4.1.1.1.2.	KOMENTARE	A
4.1.1.1.3.	DOPISY CTENARU	N
4.1.2.	INTERNET	A
4.1.2.1.	WEBOVE STRANKY ORGANIZACE	A
4.1.2.2.	FACEBOOK, TWITTER A POD.	A
4.1.2.3.	WEBOVE STRANKY PARTNERU	A
4.1.3.	INZERCE	N
4.1.4.	TISKOVINY	A
4.1.4.1.	LETAKY	A
4.1.4.2.	BROZURY	A
4.1.4.3.	PLAKATY	A
4.1.5.	VEREJNE AKCE	A
4.1.5.1.	BESEDY, PREDNASKY, KONFERENCE	A
4.1.5.2.	TELEFONATY	A
4.1.5.3.	ZASTITA ZNAME / VYZNAMNE OSOBY	A
4.1.5.4.	KULTURNI AKCE, DNY OTEVRENYCH DVERIAPOD.	A
4.2.	VNITRNI	A
4.2.1.	PORADY A SETKANI	A
4.2.2.	INTERNI ZPRAVODAJ, INTRANET	N
4.2.3.	OSOBNI KOMUNIKACE	A

Obrázek 28. Marketingová komunikace Spolku POSEJDON do roku 2017

6 SOUHRN

Diplomová práce je zaměřená na analýzu marketingové komunikace Spolku POSEJDON. Zabývá se tím, jak jsou aktivity připravovány a následně realizovány v rámci zájmových skupin. Tímto autor sledoval získání ucelených informací k dané problematice s cílem zefektivnění vlastní práce při organizaci a realizaci akcí zaměřených na rozvoj vodní turistiky pro širokou veřejnost v Moravskoslezském kraji.

Teoretická část práce se zabývá studiem a syntézou poznatků dané problematiky a praktická část výzkumu je zaměřená na analýzu Výroční zprávy z roku 2016 konzultace s vedením organizace pro ve srovnání s 1. pololetím roku 2017.

Diplomová práce přibližuje nástroje spojené s rozvojem vodní turistiky z hlediska dlouhodobého i krátkodobého.

V kapitole 4.4 Analýza marketingové komunikace Spolku POSEJDON podle myšlenkových map a fotokoláží autor shrnuje výstupy průzkumu, přehled aktuálně využívaných nástrojů ve formě přehledných myšlenkových map a fotokoláží.

7 SUMMARY

This diploma thesis is focused on the analysis of marketing communication of POSEJDON Association. It deals with how activities are being prepared and then implemented in context of various interest groups. This author watched the obtaining of comprehensive information on the issue, with the aim of streamlining its own work in the organization and implementation of actions aimed at development of water tourism for the general public in the Moravian-Silesian Region.

The theoretical part of the work deals with the study and synthesis of knowledge of the issues and the practical part of the research is focused on the analysis of the Annual reports from the year 2016, compared with the 1st half of 2017.

The diploma thesis approaches the tools related to the development of water tourism from the perspective of long-term and short-term.

In chapter 4.4 Analysis of the marketing communication Association POSEJDON according to the mind map and photo collages author sums up the outputs of the survey, an overview of the currently used tools in the form of a clear mind map and photo collages.

8 REFERENČNÍ SEZNAM

Ab-akcima.com (2017). *Co je studie proveditelnosti?* Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.ab-akcima.com/projekty/sp.pdf>

Anopress.cz (2017). *O nás.* Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.anopress.cz/anopress>

Bezplatnapravniporadna.cz (2010). *Kdo je právnická osoba - definice, vysvětlení pojmu.* Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.bezplatnapravniporadna.cz/online-zdarma/ruzne/pravnický-slovník/298-kdo-je-pravnicka-osoba-definice-vysvetleni-pojmu.html>

Celbová, I. (2003). *Povinný výtisk.* Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000001196&local_base=KTD#tail

Czecot.cz (2017). *Organizované vodáctví.* Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: https://www.czecot.cz/?id_tema=87

Czechtourism.cz (2017). *Mapa turistických regionů a oblastí, kontakty.* Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.czechtourism.cz/nase-sluzby-pro-vas/spoluprace-s-regiony/mapa-turisticky-ch-regionu-a-oblasti,-kontakty>

Czso.cz (2017). *Školy a školská zařízení za školní rok 2015/2016.* Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <https://www.czso.cz/documents/10180/34193311/23004216m.pdf/16f52e3e-b89c-415d-b005-007d95ff0fa9?version=1.7>

Dobrastrategie.cz (2014). *Co je firemní strategie?* Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.dobrastrategie.cz/co-je-strategie/>

Easyweb.cz (2017). *Co je responzivní web a proč ho mít?* Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.easyweb.cz/proc-responzivni-web>

Fojtů, L. (2017). *Názory, podpora vodního koridoru D-O-L.* Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.d-o-l.cz/index.php/cs/nazory>

Grafik-aja.cz (2017). *Fasádní malba a 3D nápis.* Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.grafik-aja.cz>

Gregor, J. (2011). *10 nejlepších redakčních systémů (CMS)*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <https://www.interval.cz/clanky/10-nejlepsich-redakcnich-systemu-cms/>

Hájková, A. (2013). *Teoretické minimum k úpravě poměrů občanských sdružení od účinnosti nového občanského zákoníku*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://crdm.cz/download/predpisy/CRDM-Manual-NOZ.pdf>

Havlová, J. (2003). *Sociální síť*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000015947&local_base=KTD

Henych, M. (2015). *Co je to strategie*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.management.cz/co-je-to-strategie/>

Herink, J. (2014). *Myšlenkové (mentální) mapy*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://clanky.rvp.cz/clanek/c/z/18611/MYSLENKOVE-MENTALNI-MAPY.html/>

Itbiz.cz (2017). *Akce (Event)*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.itbiz.cz/slovník/marketing/akce-event>

Jeřábek, A. (2017). *Mezinárodní registrační systémy*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <https://www.nkp.cz/sluzby/sluzby-pro/isbn-ismn-issn>

Kanoe.cz (2017). *Termíny*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://kanoe.cz/terminy>

Kct.cz (2012). *O organizaci Klubu českých turistů*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.kct.cz/cms/o-organizaci-klubu-ceskych-turistu>

Koiš, J. (2017). *RadioProjekt 2016: Evropa 2, Frekvence 1 a Radiožurnál s rozdílem jen 16 tisíc posluchačů*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: http://www.radiotv.cz/p_radio/radioprojekt-2016-evropa-2-frekvence-1-a-radiozurnal-s-rozdilem-jen-16-tisic-posluchacu/

Komůrková, T. (2015). *Vodní turistika*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.nicm.cz/vodni-turistika>

Kraus, J. (2014). *Pět nejlepších nástrojů pro tvorbu myšlenkových map*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.zive.cz/clanky/pet-nejlepsich-nastroju-pro-tvorbu-myslenkovych-map/sc-3-a-172981/default.aspx>

Ledvinová, J. (2002). *Co to je fundraising*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://fundraising.cz/v1/je-fundraising/>

Managementmania.com (2015). *Projekt*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <https://managementmania.com/cs/projekt>

Managementmania.com (2017). *SWOT analýza*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <https://managementmania.com/cs/swot-analyza>

Mds.cz (2017). *Vyhledávání, třídění a analýza dat*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://mds.cz/co-je-mds/>

Mediaguru.cz (2017). *Úvod do kinoreklamy*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <https://www.mediaguru.cz/typy-medii/kina/uvod>

Mediaguru.cz (2017). *Úvod do televizního trhu*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <https://www.mediaguru.cz/typy-medii/televize/uvod>

Mediaguru.cz (2017). *Úvod do televizního trhu*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <https://www.mediaguru.cz/typy-medii/internet/mmo/>

Mediaguru.cz (2017). *Úvod do tiskového trhu*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <https://www.mediaguru.cz/typy-medii/tisk/uvod>

Mediahub.cz (2017). *Deníky a jejich přílohy oslovují téměř 70 % populace, nejčtenější je stále Blesk*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://mediahub.cz/media/908199-media-projekt>

Median.eu (2017). *Mediální výzkumy*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.median.eu/cs/medialni-vyzkumy/>

Mesto-bohumin.cz (2011). *Vodácká naučná stezka na Odře a Olši*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <https://www.mesto-bohumin.cz/cz/volny-cas/naucne-stezky/vodacka-naucna-stezka-na-odre-a-olsi/>

Mesto-bohumin.cz (2012). *Červen - měsíc přátelství na soutoku Odry s Olší.*

Retrieved

8. 4. 2017 from World Wide Web: <https://www.mesto-bohumin.cz/cz/o-meste/preshranicni-spoluprace/5457-cerven-mesic-pratelstvi-na-soutoku-odry-s-olsi.html>

Mesto-bohumin.cz (2012). *Těšínské Slezsko.* Retrieved 8. 4. 2017 from World

Wide Web: <https://www.mesto-bohumin.cz/cz/volny-cas/tesinske-slezsko/>

Mesto-bohumin.cz (2013). *Vodácký průvodce řekami Moravskoslezského kraje.*

Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: [https://www.mesto-](https://www.mesto-bohumin.cz/cz/volny-cas/publikace-o-meste/15589-vodacky-pruvodce-rekami-moravskoslezskeho-kraje.html)

[bohumin.cz/cz/volny-cas/publikace-o-meste/15589-vodacky-pruvodce-rekami-moravskoslezskeho-kraje.html](https://www.mesto-bohumin.cz/cz/volny-cas/publikace-o-meste/15589-vodacky-pruvodce-rekami-moravskoslezskeho-kraje.html)

Mfcr.CZ (2017). *Seznam právních forem.* Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide

Web: <http://wwwinfo.mfcr.cz/ares/aresPrFor.html.cz>

Mojzisek, J. (2017). *Pojem analýza.* Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web:

<http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/analýza>

Msk.cz (2017). *Seznam škol a školských zařízení.* Retrieved 8. 4. 2017 from World

Wide Web: http://www.msk.cz/skolstvi/seznam_skol.html

Nebezpecnejezy.cz (2017). *Záchranné prostředky.* Retrieved 8. 4. 2017 from

World Wide Web: <http://www.nebezpecnejezy.cz/zachranne-prostredky.aspx>

Nekuda, R. (2010). *Myšlenková mapa – jednoduchý návod.* Retrieved 8. 4. 2017

from World Wide Web: <http://www.renenekuda.cz/myslenkova-mapa-jednoduchy-navod/>

Netmonitor.cz (2017). *V únoru překročil počet reálných uživatelů z ČR 7 milionů.*

Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.netmonitor.cz/v-unoru-prekrocil-pocet-realnych-uzivatelu-z-cr-7-milionu>

Neuman, J. (2008). *Pracovní studijní materiál pro kurzy vodní turistiky.* Retrieved

8. 4. 2017 from World Wide Web:

<http://kapitanska.skauting.cz/studijni%20material/Texty%20k%20vodni%20turistice.pdf>

Neziskovky.cz (2017). *Statistika počtu nestátních neziskových organizací 2014 – 2016*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web:

http://www.neziskovky.cz/data/Statistika%20po%C4%8Dtu%20nest%C3%A1tn%C3%ADch%20neziskov%C3%BDch%20organizac%C3%AD%202014_2016_prosinec%202016txt16356.pdf

Neziskovky.cz (2017). *Typologie NNO v ČR podle Státní politiky vůči NNO v letech 2015 - 2020*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web:

http://www.neziskovky.cz/clanky/511_692/fakta_typy-neziskovych-organizaci/

Nkp.cz (2012). *Desatero účastníka systému ISBN*. Retrieved 8. 4. 2017 from

World Wide Web: <https://www.nkp.cz/sluzby/sluzby-pro/isbn-ismn-issn/isbn/isbn-17>

Nováková, S. (2011) *Vodní turistika*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web:

<http://www.fsps.muni.cz/sdetmivpohode/kurzy/vodnituristika/tisk.pdf>

Novotný, H. (2001). *Házecí pytlík a jeho použití*. Retrieved 8. 4. 2017 from World

Wide Web: <http://www.svetoutdooru.cz/po-vode/hazeci-pytlik-a-jeho-pouziti/>

Novotný, M. (2015). *Infografika: Mapa sociální sítě*. Retrieved 8. 4. 2017 from

World Wide Web: <https://www.markomu.cz/mapa-socialni-site-2/>

Novotný, M. (2016). *Velký přehled sociálních sítí: Méně známé na scéně*.

Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <https://www.markomu.cz/prehled-socialni-site>

Nsp.cz (2017). *Kompetence*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web:

<http://www.nsp.cz>

Padler.cz (2017). *Kalendář akcí*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web:

<http://www.padler.cz/kalendar-akci>

Plavebniurad.cz (2017). *Působnost Státní plavební správy*. Retrieved 8. 4. 2017

from World Wide Web: <http://plavebniurad.cz/organizace/pusobnost>

Pod.cz (2017). *Předmět činnosti*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web:

<http://www.pod.cz/stranka/predmet-cinnosti.html>

Podnikatel.cz (2009). *Výhodou venkovní reklamy je nepřetržité působení na zákazníka*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web:

<http://www.podnikatel.cz/clanky/vyhodou-venkovni-reklamy-je-nepretrzite-pusobeni/>

Posejdon.cz (2014). *Almanach 2005 – 2015*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: http://www.posejdon.cz/wp-content/uploads/Almanach-2005-a%C5%BE-2015_.pdf

Posejdon.cz (2015). *Výsledky dotazníku Instruktoři v akci – průzkum*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.posejdon.cz/instruktori-v-akci>

Posejdon.cz (2016). *Lodě*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.posejdon.cz/lode>

Posejdon.cz (2017). *Přehled aktivit*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.posejdon.cz/onas/prehled-aktivit/>

Posejdon.cz (2017). *Slezské Benátky bezpečně*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.posejdon.cz/slezske-benatky-bezpecne>

Posolda, V. (2017). *Myšlenkové mapy*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.pametauceni.cz/clanek-3880-myslenkove-mapy/>

Ptáček, P. (2014). *Záchrana z válce*. Nové Město nad Metují: V&H Print.

Ptáček, P. (2015). *Bezpečně na tekoucí vodě*. Nové Město nad Metují: V&H Print.

Raft.cz (2017). *Kalendář akcí*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.raft.cz/kalendar.aspx>

Raft.cz (2017). *Vodácký slovník*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.raft.cz/vslovník.aspx>

Spektrumzdravi.cz (2017). *Turistika – cestování a poznávání světa kolem sebe*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.spektrumzdravi.cz/fitness/turistika-cestovani-a-poznavani-sveta-kolem-sebe>

Spir.cz (2017). *O sdružení*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.spir.cz/o-sdruzeni>

Statistika & my (2017). *Význam neziskových institucí v ČR roste*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.statistikaamy.cz/wp-content/uploads/2017/03/18041703.pdf>

Statistika & my (2017). *Zdroje financování neziskových institucí*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.statistikaamy.cz/wp-content/uploads/2017/03/18041703.pdf>

Tesinskeslezsko.cz (2016). *Cykloturistická trasa Olše-Olza*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.tesinskeslezsko.cz/clanek/cykloturisticka-trasa-olse-olza/>

Vitejtenazemi.cz (2017). *Vodní cesty v ČR*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: http://www.vitejtenazemi.cz/cenia/index.php?p=vodni_cesty_v_cr&site=doprava

Voda-nebo-alkohol.cz (2017). *Cíl projektu*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.voda-nebo-alkohol.cz>

Vodni.skauting.cz (2017). *Termínka*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <https://vodni.skauting.cz/terminka>

Zahumenský, D. (2014). *Spolek nebo ústav aneb jak si zvolit vhodnou právní formu pro svou neziskovou organizaci*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <http://www.davidzahumensky.cz/2014/06/19/spolek-nebo-ustav-aneb-jak-si-zvolit-vhodnou-pravni-formu-pro-svou-neziskovou-organizaci/>

Zakonyprolidi.CZ (2017). *Nejpoužívanější předpisy*. Retrieved 8. 4. 2017 from World Wide Web: <https://www.zakonyprolidi.cz/>

Žiškay, J. (1981). *Turistika pre všetkých*. Bratislava: Šport, slovenské tělovýchovné vydavateľstvo.

9 Obrázky

Obrázek 1. Myšlenková mapa Strategie POSEJDON	10
Obrázek 2. Nejpoužívanější předpisy na Zakonyprolidi.cz	11
Obrázek 3. Typologie NNO v ČR podle funkcí	13
Obrázek 4. Statistika počtu neziskových organizací 2014-2016.....	14
Obrázek 5. Turistické regiony České republiky	18
Obrázek 6. Turistické oblasti České republiky	19
Obrázek 7. Posejdon.cz (2016). Lodě.	20
Obrázek 8. SWOT	23
Obrázek 9. Rozsah databanky MDS	27
Obrázek 10. Podíly TV skupin (%), rok 2015.....	29
Obrázek 11. Mapa sociální sítě	32
Obrázek 12. Slezské Benátky bezpečně - leták	35
Obrázek 13. Preventivní záchranné pomůcky	36
Obrázek 14. Házečí pytlík	36
Obrázek 15. Myšlenková mapa organizace Spolku POSEJDON.....	41
Obrázek 16. Spolek POSEJDON, Statistiky – nárůst počtu akcí za 1. pololetí 2017 ve srovnání s rokem 2016	42
Obrázek 17. Spolek POSEJDON, Statistiky – nárůst počtu instruktorů za první pololetí 2017 ve srovnání s rokem 2016.....	42
Obrázek 18. Myšlenková mapa Pozice	43
Obrázek 19. Formulář Podklady k akci na Posejdon.cz	44
Obrázek 20. Schéma marketingové komunikace Spolku POSEJDON pro formulář Podklady k akci	45
Obrázek 21. Areál ve Věřňovicích	46
Obrázek 22. Myšlenková mapa Loděnice Slezských Benátek	46
Obrázek 23. Mediální výstupy ve Výroční zprávě v kapitole Posejdon a média ...	48
Obrázek 24. Návod pro Google kalendář na Posejdon.cz.....	49
Obrázek 25. Výběr z Kalendáře na Posejdon.cz	49
Obrázek 26. Obálky knih	50
Obrázek 27. Myšlenková mapa Kniha.....	52
Obrázek 28. Marketingová komunikace Spolku POSEJDON do roku 2017	53