

Seznam grafů, tabulek, schémat a obrázků

Schéma 1: Marketingový mix

Schéma 2: Křivka zivotního cyklu produktu.

Schéma 3: Materiální prostředí služeb a jeho vliv na zákazníky a zaměstnance

Schéma 4: Sportovní produkt

Schéma 5: SWOT

Schéma 6: BSC matice

Graf 1: Počet sledujících na sociálních sítích Paris Saint-Germain v listopadu 2019 podle sociálních médií

Graf 2: Celkové tržby Paris Saint-Germain od 2013/14 do 2020/21

Schéma 1:



Schéma 2:

Objem prodeje

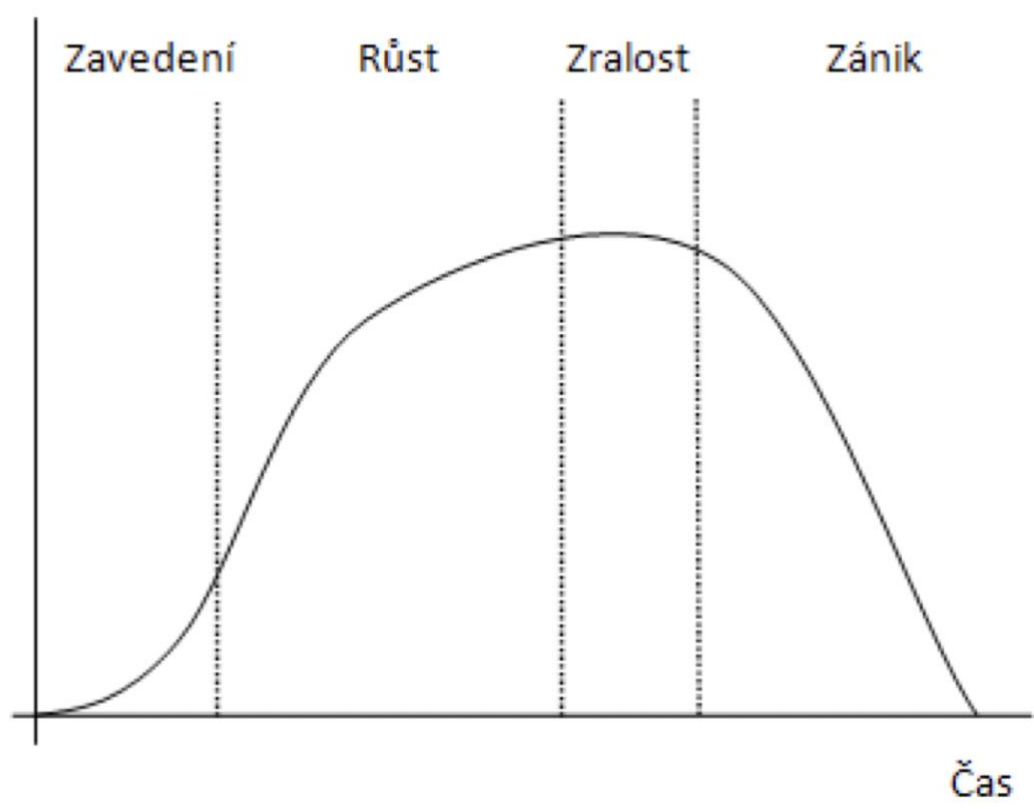


Schéma 3:

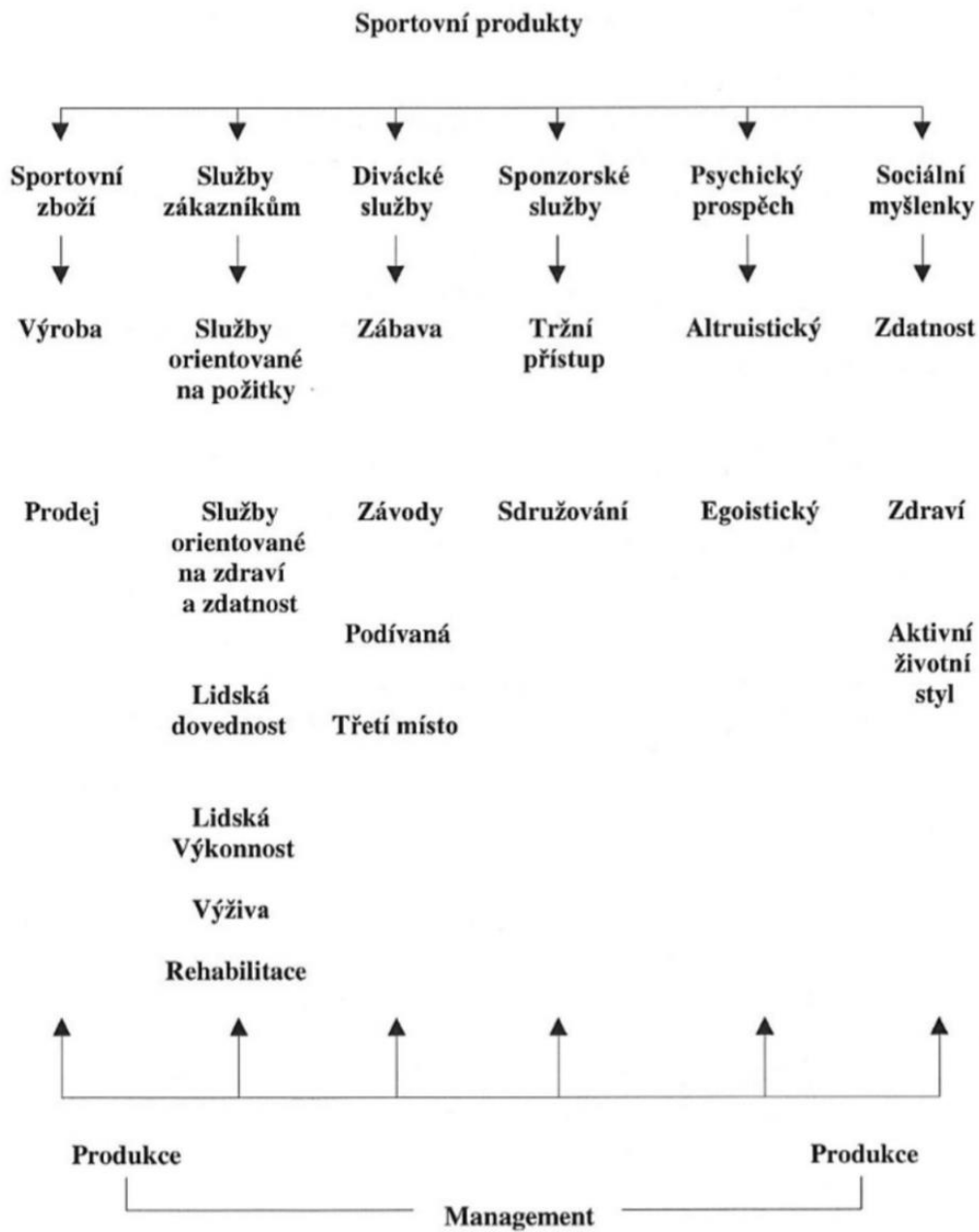
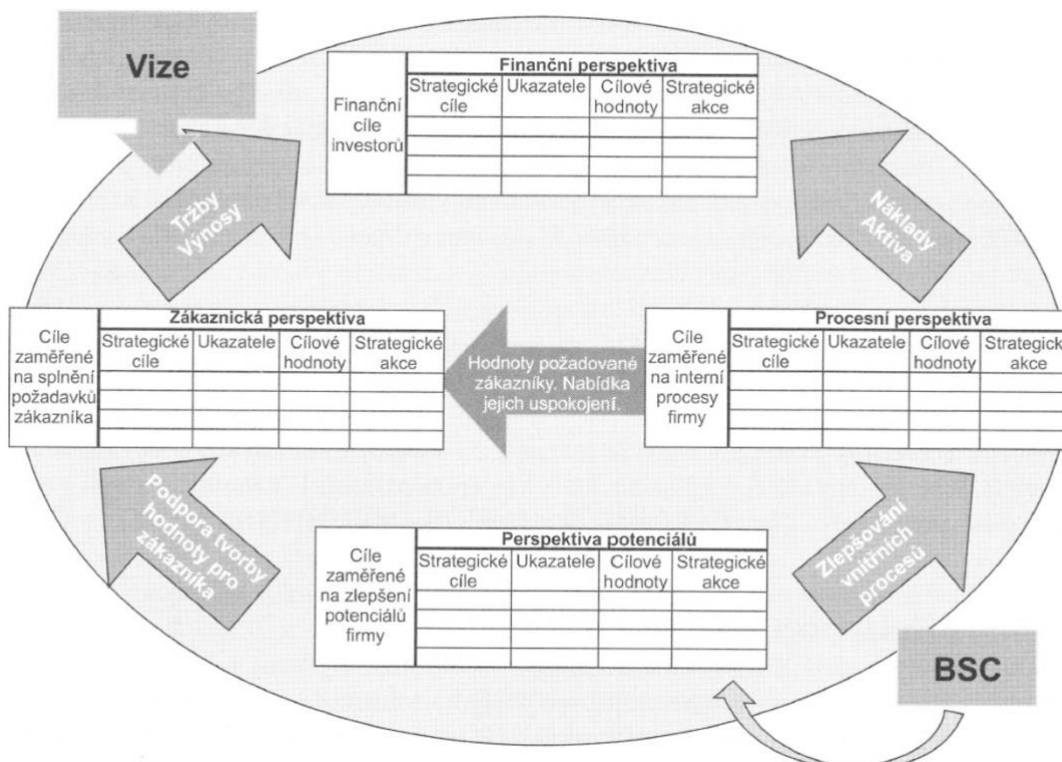


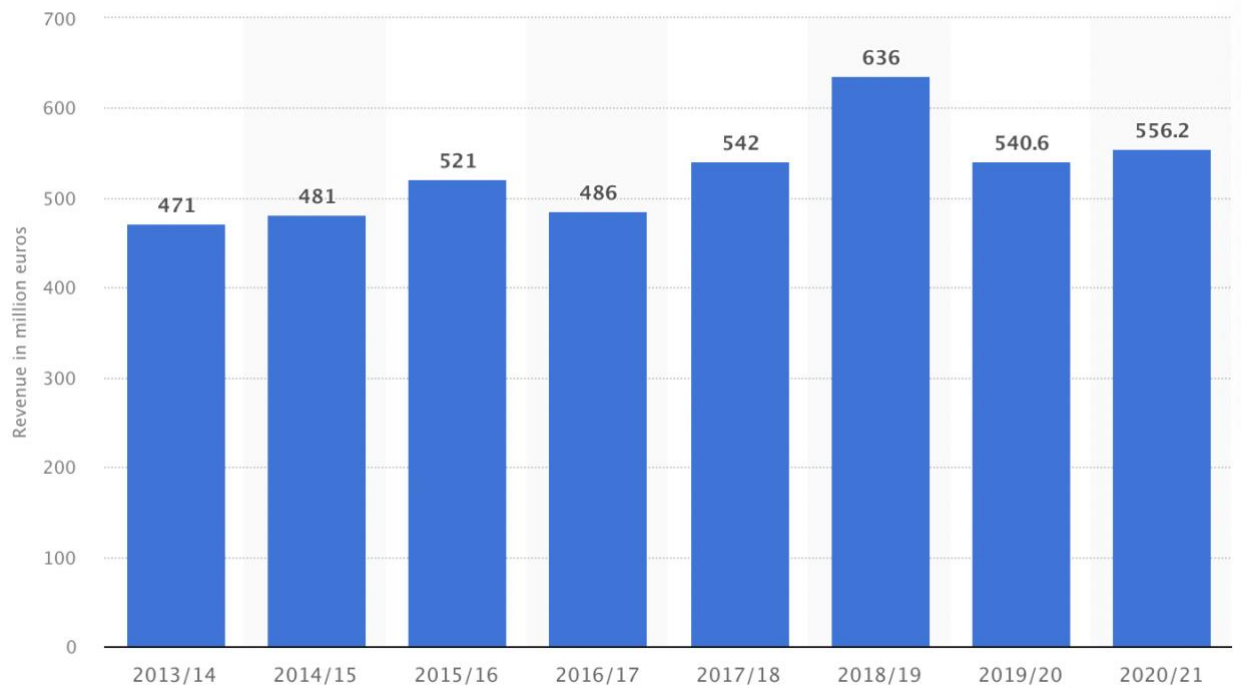
Schéma 4:

	Silné stránky (Strengths)	Slabé stránky (Weaknesses)
Interní faktory	<ul style="list-style-type: none"> Kvalitní výrobky (služby) Tradice značky Dobře zajištěný a fungující servis Dobrá finanční situace Vyškolенý prodejní personál Vysoká úroveň marketingové komunikace 	<ul style="list-style-type: none"> Konzervativní přístup k inovačnímu procesu Vysoká zadluženost Nedostatečná úroveň informačního systému Nízký prodejní obrat Podnik je nováčkem na zavedeném trhu
Externí faktory	<ul style="list-style-type: none"> Příznivé podmínky na trhu Chybná strategie konkurence Příznivé změny v politice Snadný vstup na nové trhy Moderní trendy v technologiích 	<ul style="list-style-type: none"> Nepříznivé legislativní změny Politické změny (destinace) Zvýšení konkurenčního tlaku Zvýšení rizik prodeje

Schéma 5:



Graf 1:



Graf 2:

