

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2013

DENISA ŠTULÁKOVÁ

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

KOMUNIKACE A LIDSKÉ ZDROJE

Vysoká škola ekonomie a managementu

+420 841 133 166 / info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

NÁZEV BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Organizace, mediální a sponzoringová podpora freestylových závodů SKI & SNB v areálu Skiport Velká Úpa

TERMÍN UKONČENÍ STUDIA A OBHAJOBA (MĚSÍC/ROK)

Červen/2013

JMÉNO A PŘÍJMENÍ / STUDIJNÍ SKUPINA

Denisa Štuláková/PKLZ 4

JMÉNO VEDOUČÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Ing. Karel Friml, MBA

PROHLÁŠENÍ STUDENTA

Prohlašuji tímto, že jsem zadanou bakalářskou práci na uvedené téma vypracovala samostatně a že jsem ke zpracování této bakalářské práce použila pouze literární prameny v práci uvedené.

Datum a místo: 30. 4. 2013, Praha

podpis studenta

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych tímto poděkovala vedoucímu bakalářské práce Ing. Karlu Frimlovi, MBA za metodické vedení a odborné konzultace, které mi poskytl při zpracování mé bakalářské práce. Dále bych chtěla poděkovat Mgr. Jaroslavu Stuchlíkovi za poskytnutí mnoha praktických informací a rad vztahujících se k organizaci freestylových závodů, zejména pak za podporu a motivaci při pořádání této akce.

Vysoká škola ekonomie a managementu

+420 841 133 166 / info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Organizace, mediální a sponzoringová

podpora freestylových závodů

SKI & SNB v areálu Skiport Velká Úpa

Organization, media and sponsorship support of freestyle contest

SKI & SNB in Skiport Velká Úpa

Vysoká škola ekonomie a managementu

+420 841 133 166 / info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Souhrn

Tématem bakalářské práce je Organizace, mediální a sponzoringová podpora freestylových závodů SKI & SNB v areálu Skiport Velká Úpa. Dílčím cílem bakalářské práce je popsat, jak bylo postupováno při organizaci a následné realizaci prvního ročníku freestylových závodů Subaru XV snow session 2012. Hlavním cílem je navrhnout doporučení a náměty ke zlepšení pro další ročník. V teoreticko-metodologické části jsou uvedeny současné trendy v oblasti sponzoringu, obecné cíle, účel, zásady, subjekty, formy sponzoringu a postavení partnerů. Dále jsou zde specifikovány metody, které byly použity při organizaci závodů, ale také při samotném zpracování bakalářské práce. V analyticko-praktické části jsou krok po kroku popsány jednotlivé úkony, které byly nezbytné pro přípravu a následnou realizaci závodů. Dílčí kapitoly obsahují informace vztahující se k organizaci, např. volba termínu konání závodů, oslovení sponzorů, tvorba prezentace, zajištění technického zázemí, samotný průběh závodů, komunikace s médii, zpětná vazba vůči sponzorům, doporučení na změny pro další ročníky a popis jak byla v roce 2013 daná doporučení aplikována.

Vysoká škola ekonomie a managementu

+420 841 133 166 / info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Summary

My topic of bachelor work is Organization, media and sponsorship support of freestyle contest SKI & SNB in Skiport Velká Úpa. This work answers on these questions: where, when, how and how much money you need to realize freestyle competition Subaru XV snow session. Partial objective of bachelor work is to describe how proceeded in the organizing and the subsequent implementation of the first year of freestyle contest Subaru XV snow session; main objective is to make suggestions and recommendations for improvements in next years. Theoretical part is about sponsorship, which is so important in realization of every event. This part contains current trends of sponsorship, targets, purposes, principles, and forms of sponsorship and positions of sponsors. Analytical part is about realization of contest Subaru XV snow session, which was written step by step. Sub-chapters are about select term, addressing sponsors, creating projects, providing technical support, the actual course of event, communication with the media, feedback to sponsors, resp. report, advices, recommendations for changes in the next years and application of these changes in years of 2013.

Vysoká škola ekonomie a managementu

+420 841 133 166 / info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Klíčová slova:

Mediální a sponzoringová podpora, freestylové závody SKI & SNB, sportovní soutěž, Subaru XV snow session.

Keywords:

Media and sponsorship support, freestyle contest SKI & SNB, sports competition, Subaru XV snow session.

JEL Classification:

M370 – Advertising

M390 – Marketing and Advertising: Other

Vysoká škola ekonomie a managementu

+420 841 133 166 / info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení:	Denisa Štuláková
Studijní program:	Ekonomika a management (Bc.)
Studijní obor:	Komunikace a lidské zdroje
Studijní skupina:	PKLZ 04
Název BP:	Organizace, mediální a sponzorovaná podpora freestylových závodů SKI & SNB v areálu Skiport Velká Úpa.
Zásady pro vypracování (stručná osnova práce):	1 Úvod 2 Teoretická část 2.1 Sponzoring 3 Analytická-praktická část 3.1 Lyžařský areál Skiport Velká Úpa 3.2 Moderátor, rozhodčí 3.3 Sponzoring 3.4 Mediální propagace 3.5 Technické zázemí 3.6 Realizace závodů 3.7 Zhodnocení akce 4 Závěr (shrnutí výsledků práce) Literatura Přílohy
Seznam literatury: (alespoň 4 zdroje)	JAKUBÍKOVÁ D. <i>Strategický marketing – strategie a trendy</i> . 1. vyd. Praha: Grada Publishing 2008. ISBN 978-80-247-2690-8. PŘIKRYLOVÁ J., JAHODOVÁ H. <i>Moderní marketingová komunikace</i> . 1. vyd. Praha: Grada Publishing 2010. ISBN 978-80-247-3622-8. SVOBODA V. <i>Public relations moderně a účinně</i> . 2. aktual. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing 2009. ISBN 978-80-247-2866-7. STUHLÍK J., ČIHOVSKÝ L. <i>Reklama a Public relations</i> . 2. vyd. Praha: VŠEM 2011. ISBN 978-80-86730-76-9.
Vedoucí BP:	Ing. Karel Friml, MBA
Termín obhajoby BP:	Říjen 2012

V Praze dne

9.2
2012


Prof. Ing. Milan Žák, CSc.
rektor

Vysoká škola ekonomie a managementu

+420 841 133 166 / info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Obsah

1 Úvod	1
2 Teoreticko-metodologická část práce.....	3
2.1 Sponzoring	3
2.2 Subjekty sponzoringu	4
2.3 Účel a cíle sponzoringu.....	5
2.4 Zásady sponzoringu	5
2.5 Současné trendy ve sponzorství.....	6
2.6 Postavení sponzorů	11
2.7 Formy sportovního sponzoringu.....	12
2.8 Metodika teoretické a praktické části BP	13
3 Analyticko-praktická část.....	16
3.1 Místo konání, lyžařský areál Skiport Velká Úpa.....	16
3.2 Termín závodů	18
3.3 Harmonogram akce, rozdělení prize money	19
3.4 Cílová skupina	20
3.5 Předběžný rozpočet.....	20
3.6 Moderátor, rozhodčí.....	21
3.7 Sponzoring	22
3.7.1 Finanční sponzoring.....	22
3.7.2 Věcný sponzoring	24
3.8 Mediální propagace.....	25
3.8.1 Mediální podpora.....	25
3.8.2 Plakát, úvodní video	27
3.8.3 Výlepní plochy, facebook, webové stránky.....	29
3.9 Technické zázemí, technické minimum.....	29
3.10 Realizační tým	30
3.11 Realizace závodů	31
3.12 Zhodnocení akce, reporty	33
3.12.1 Články, výstupní video	33
3.12.2 Reporty pro sponzory	34
3.12.3 Finální rozpočet	34
3.13 Rozbor závodů	34
3.14 Návrhy na zlepšení.....	36
3.15 Ročník 2013	38
4 Závěr.....	40
Literatura	43

Vysoká škola ekonomie a managementu

+420 841 133 166 / info@vsem.cz / www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Seznam zkratk

SKI/SNB skiing/snowboarding

Vysoká škola ekonomie a managementu

+420 841 133 166 / info@vsem.cz / www.vsem.cz

1 Úvod

Tématem bakalářské práce je Organizace, mediální a sponzoringová podpora freestylových závodů SKI & SNB v areálu Skiport Velká Úpa. Téma jsem si zvolila z několika důvodů, zejména kvůli blízkému vztahu k horám, přírodě, turismu a sportu. Na základě zvoleného tématu jsem se stala hlavní iniciátorkou a za pomoci realizačního týmu jsem v únoru 2012 zorganizovala zimní freestylové závody, jejichž cílem bylo přilákat vysoký počet kvalitních závodníků, zajistit divácký úspěch, získat finanční prostředky, zajistit rovnováhu mezi příjmy a výdaji, vyhnout se ztrátě a případně realizovat zisk.

Vzhledem k tomu, že pro realizaci akce bylo nezbytné zajistit dostatečné množství finanční podpory, rozhodla jsem se oslovit společnosti s nabídkou spolupráce formou sponzoringu. Generálním a zároveň titulárním partnerem závodů se stala společnost Subaru a závod byl propagován a prezentován pod názvem Subaru XV snow session. Jako místo realizace byl vybrán lyžařský areál Skiport Velká Úpa, který se nachází v Krkonoších.

Dílčím cílem bakalářské práce je popsat, jak bylo postupováno při organizaci a následné realizaci prvního ročníku freestylových závodů Subaru XV snow session 2012, tzn. zdokumentovat přípravy, zajištění potřebných náležitostí pro organizaci a realizaci, včetně zpětné vazby. Hlavním cílem práce je navrhnout doporučení vztahující se k organizaci dalšího ročníku freestylových závodů Subaru XV snow session 2013.

Teoreticko-metodologická část je zaměřena na sponzoring, který je nedílnou součástí různých aktivit, nejen těch sportovních. Bez finanční podpory by mnohdy nebyla možná realizace v požadovaném rozsahu či na profesionální úrovni. Zmiňovaná forma spolupráce byla stěžejní pro realizaci závodů, a proto je tomuto pojmu věnován značný prostor. V teoreticko-metodologické části je popsána definice sponzoringu, subjekty, účel, cíle, zásady. Dále jsou zde rozebrány do hloubky současné trendy ve sponzorství, především sponzoring spojený s určitou událostí a sponzoring vztahující se k určité příčině. Teoreticko-metodologická část také zahrnuje subkapitoly Postavení sponzorů a aktuální Formy sportovního sponzoringu. Zmíněné pojmy s tématem této bakalářské

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

práce úzce souvisí a zjištěné informace měly vliv na organizaci a následnou realizaci prvního ročníku závodů.

Analyticko-praktická část je věnována samotné přípravě a realizaci freestylových závodů. Krok po kroku jsou zde popsány jednotlivé úkony, které byly nezbytné jak pro organizaci, tak pro samotnou realizaci závodů. Součástí je popis příprav a průběhu akce (určení cílové skupiny, výběr termínu a místa, harmonogram akce, rozdělení prize money, předběžný rozpočet, určení moderátora, rozhodčích, oslovení sponzorů, zajištění technického zázemí a výběr médií).

Práce dále obsahuje následný report partnerům, médiím a rozpočet akce. V neposlední řadě jsou v práci popsána doporučení pro příští ročník, způsob jejich vytvoření a popis jak byly v roce 2013 aplikovány.

2 Teoreticko-metodologická část práce

Tato část práce se věnuje sponzoringu a nejnovějším poznatkům z této oblasti. Dané téma bylo považováno pro tuto práci za natolik zásadní, že mu byla věnována podstatná část teoreticko-metodologické části práce. Při organizaci prvního ročníku závodů byl sponzoring stěžejní formou spolupráce s partnery. Znalosti základních principů v oblasti sponzoringu byly využity při organizaci a hlavně při vyjednávání s partnery závodů, díky jejichž sponzorským darům bylo možné závody vůbec zrealizovat.

Jednotlivé subkapitoly v této části popisují účel, cíle, zásady, současné trendy a formy sportovního sponzoringu. Součástí je také metodika teoretické a praktické části.

2.1 Sponzoring

Klincewicz (1998) in Baďourová (2007) definuje sponzoring následovně: *„Za sponzorství se považuje dohoda, ve které sponzor podniká akce ekonomické povahy, v zájmu sponzorované věci. Předpokladem sponzorství je ekvivalence vzájemně závislých služeb: sponzor čerpá buď přímé nebo nepřímé výhody z dohody a sponzorovaná organizace přijímá finanční podporu.“*

Bruhn (2003) in Čermáková (2010) nahlíží na sponzoring jako na významný nástroj komunikace: *„Sponzorování je poměrně nový prostředek pro vytváření vztahů s veřejností, který umožňuje společností komunikovat s částí veřejnosti, se kterou je obtížné se spojit běžnými marketingovými metodami.“*

Pelsmacker, Geuens, Bergh (2003) v publikaci Marketingová komunikace definují sponzoring jako investování finančních prostředků do aktivit, které disponují komerčně využitelným potencionálem. Dále autoři uvádějí, že principem sponzoringu je spojení značky, produktu či zájmu s významnými událostmi.

Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy sponzoring definuje následovně: *„Sponzorováním se rozumí příspěvek poskytnutý s cílem podporovat výrobu nebo prodej zboží, poskytování služeb nebo jiné výkony sponzora. Sponzorem se rozumí právnická nebo fyzická osoba, která takový příspěvek k tomuto účelu poskytne.“*

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Sponzoring je komunikační nástroj, který pomáhá sponzorovi naplnit komunikační cíle (spojení značky, produktu s významnou událostí, komunikace s vnitřní a vnější veřejností, posílení povědomí o značce, výrobku, služby, organizace, vylepšení nebo udržení dobrého jména, image, značky, poskytnutí reklamního prostoru pro komunikaci) a sponzorovaný díky finanční, materiální, mediální nebo zprostředkovatelské podpoře sponzora může uskutečnit zamýšlený projekt.

2.2 Subjekty sponzoringu

Foret (2003) v knižním vydání Marketingová komunikace definoval subjekty sponzoringu:

- „*Sponzorská firma – poskytovatel finančních či materiálních prostředků*
- *Sponzorovaný – někdo, kdo získává finanční prostředky od sponzorské firmy za předem ujasněných a smluvních podmínek*
- *Sponzoringová/marketingová agentura – zprostředkovatel vztahu mezi výše uvedenými subjekty. Agentura slouží sponzorům i sponzorovaným. Pomůže sponzorovaným vytvořit program zajímavý pro sponzory, dokáže vytvořit komplexní nabídku relevantní pro potřeby sponzorů. Nabízí celkový přehled trhu a u krátkodobých i dlouhodobých projektů nabízí vše od mediálních a propagačních aktivit až po závěrečné vyhodnocení.“*

Autor rozlišuje přímý a nepřímý vztah. Přímý vztah vzniká mezi sponzorovaným a sponzorskou firmou bez účasti zprostředkovatele (firma si objekt sponzorování vyhledá sama/sponzorovaný osloví budoucí partnery napřímo). Nepřímý vztah je determinován využitím zprostředkovatele. Úkolem agentury je zprostředkování spolupráce mezi sponzorskou firmou a sponzorovaným, za tuto činnost agentura inkasuje odměnu, která je smluvně dána.

2.3 Účel a cíle sponzoringu

Finanční prostředky mohou být poskytnuty za různým účelem. Foret (2011) ve své publikaci Marketingová komunikace rozlišuje tyto tři důvody – fingované, utilitární (sponzor řeší své aktuální či očekávané problémy navýšením výdajů kvůli daňovým odpisům nebo vzájemnou partnerskou účetní výpomocí, resp. protislužbou), skutečné důvody (budování povědomí, image, dobrého jména, zviditelnění nejen společnosti, ale i produktu), účel vyšší hodnoty (rozvoj sociálněekonomických podmínek života lidí, odpovědnost vůči společnosti).

Pelsmacker, Geuens, Bergh (2003) v publikaci Marketingová komunikace uvádějí základní cíle sponzoringu, kterými jsou vytváření povědomí a generování kladných ohlasů o značce, produktu či o společnosti jako celku.

Podle Čermákové (2010) mezi hlavní cíle sponzoringu patří: *„Získání další možnosti propagace své značky a jména, budování pozitivní image firmy, kreativnější a nevtíravá forma oslovení cílové skupiny, získání nových zákazníků a udržení si stávajících, informování o novém produktu a odlišení své firmy od konkurence.“*

Cílem sponzoringu je zviditelnění osoby sponzora, vytvoření dobrého jména, pověsti, povědomí u veřejnosti a prezentace sponzora a to nevtíravou formou, která je kreativní a odlišuje se od konkurence. Sponzoring je dlouhodobá investice, jejíž návratnost je pomalá a stabilní, cílem sponzoringu není rychlý krátkodobý efekt, tedy okamžitý růst tržeb, zisků nebo vyprodané sklady (Johnová, 2008).

2.4 Zásady sponzoringu

Sponzoring by měl vycházet z marketingové a komunikační strategie firmy. V knižním vydání Marketingová komunikace Miroslav Karlíček a Petr Král (2011) definují zásady sponzoringu následovně:

- Sponzorované akce, instituce, sportovci a družstva musí korespondovat se značkou sponzora a oslovovat cílovou skupinu.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

- Značka a produkty sponzora musejí být aktivovány vhodným zapojením a komunikací.
- Sponzoring by měl být posílen i ze strany sponzora, a to pomocí doplňkových komunikačních aktivit.
- Spolupráce s danou aktivitou, osobností a družstvem by měla být dlouhodobá a stabilní.

2.5 Současné trendy ve sponzorství

Prvopočátky sponzorství sahají až do dob Římské říše. Pelsmacker, Geuens, Bergh (2003) se ve své publikaci Marketingová komunikace zmiňují o římském ochránci básníků Gaiu Maecenasovi, který podporoval umění (Vergilia, Horatia). Podle něj se dodnes používá pojem mecenášství. Mecenášství neboli dárcovství se však od dnešního sponzoringu liší. Sponzorství je součástí strategických, komunikačních a marketingových aktivit, kdežto u dárcovství tato činnost není naplněna, jejím cílem je dobročinnost a společenská odpovědnost.

V dnešní době, kdy jsou média přesycena reklamou, sponzoring nabývá na významu. Výhodou sponzoringu je zejména jeho cena, která je v porovnání s reklamou mnohem atraktivnější. Sponzoring je však oproti reklamě méně cílený na konkrétní produkt, je pod menší kontrolou sponzora a sdělení jsou nepřímá a neobsahují zřetelný obsah informací jako reklama. Umístění loga, produktů a reklamních transparentů je většinou v režii sponzorovaného, avšak záleží na finanční participaci sponzora. Čím vyšší je peněžní účast, tím větší má sponzor možnost koordinovat a zasahovat do sponzorované události. Vše se odvíjí od smlouvy mezi zúčastněnými stranami.

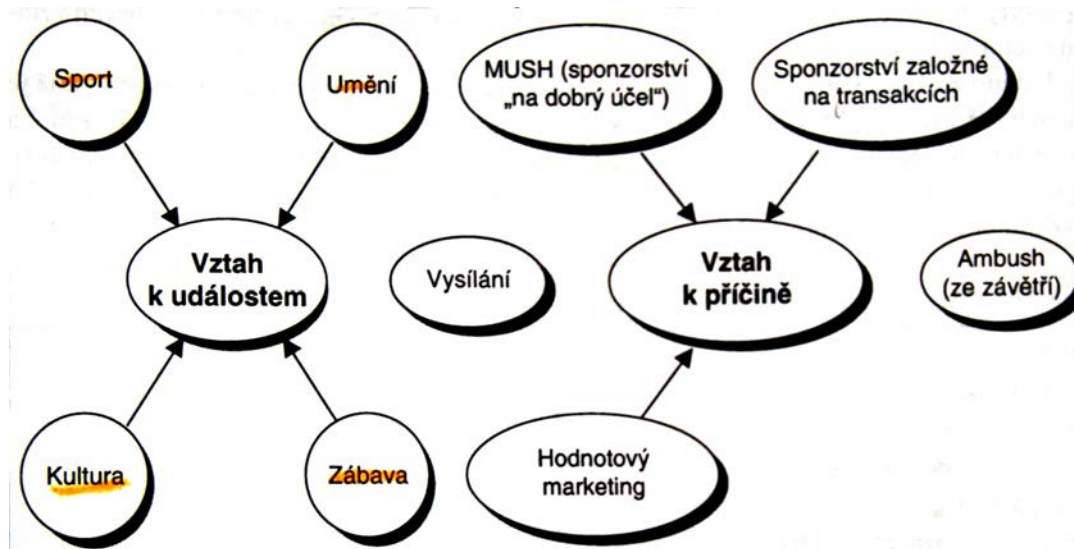
Sponzorování aktivit nebo událostí nemusí být vždy efektivní při získávání pozornosti diváků, kteří jsou zaujati danou sponzorovanou akcí. Aby byl sponzoring efektivní, je potřeba tuto činnost doplnit dalšími marketingovými činnostmi, které napomohou zviditelnit a spojit sponzora s danou událostí (například paralelní reklamní kampaň). Tyto doplňkové aktivity mají často podobný rozpočet jako samotný sponzoring.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Rozpočet na sponzoring mohou firmy rozdělit mezi různé typy projektů. Hlavní typy sponzorství definují ve své publikaci Marketingová komunikace Pelsmacker, Geuens, Bergh (2003) viz obrázek č. 1.

Obrázek č. 1 Typy sponzorství



Zdroj: Pelsmacker, Geuens, Bergh (2003)

2.5.1 Sponzorství spojené s určitou událostí

Tento typ sponzorství je nejrozšířenější. Pelsmacker, Geuens, Bergh (2003) uvádějí pouze 4 základní okruhy působnosti: sport, umění, kultura, zábava.

2.5.1.1 Sportovní sponzoring

Sport patří mezi nejvíce využívané odvětví pro sponzoring, hlavně masové sporty s nejvyšší sledovaností. Autoři Keegen, Schlegemilch (2001) odhadují, že na sponzoring sportu je věnováno 75% všech prostředků určených na sponzoring.

V oblasti sportu je nespočet možností sponzoringu (fotbalové týmy, míč, basketbalové zápasy, stadiony, hokejista jako osobnost, sportovní přenosy, mistrovství atd.). Základní formy sportovního sponzoringu jsou rozebrány v subkapitole 2.7.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

2.5.1.2 Sponzoring umění

Firmy, které sponzorují výstavy, galerie či jiné akce spojené s uměním, využívají prostory akcí k setkání s klienty, partnery, dodavateli či jinými významnými stakeholdery. Pelsmacker, Geuens, Bergh (2003) ve své publikaci Marketingová komunikace upozorňují na postoj firem vůči sponzoringu umění, společnosti jsou přesvědčeny, že sponzoring umění a galerií je spíše otázkou image a pohostinnosti než marketingové komunikace. Firmy také zastávají názor, že cílovou skupinou umění jsou starší lidé, méně početní, lépe situovaní a z vyšších společenských tříd, nevýhodou je nezájem médií o tuto oblast (Pelsmacker, Geuens, Bergh, 2003).

Objevují se názory, že sponzoring sportu je přesycený, chaotický a diváky již ignorovaný způsob komunikace, a proto by se měla pozornost obrátit spíše k aktivitám spojeným s kulturou a uměním, které mají vyšší potenciál (Pelsmacker, Geuens, Bergh, 2003). Autoři se zmiňují i o výsledku studie společnosti Toshiba, která říká, že čtyřikrát více lidí chodí do galerií a muzeí než na fotbal.

2.5.1.3 Kulturní sponzoring

Kulturní a zábavní akce obecně přitahují široké publikum, proto výběr kulturní akce přímo závisí na typu cílové skupiny, kterou chce společnost oslovit. Firmy dle svých komunikačních strategií pečlivě vybírají vhodnou aktivitu, pomocí níž by co nejefektivněji oslovily svoji cílovou skupinu (rockové koncerty, veletrhy, festivaly, tradiční přehlídky řemesel, koncerty vážné hudby a podobně). Cílem je vytvořit přátelskou, pohodovou atmosféru a dosáhnout tak spojení příjemného pocitu se značkou.

2.5.2 Sponzorství spojené s příčinou

Vztah k příčině je možné rozdělit do tří oblastí: sponzorství založené na transakcích, MUSH – sponzoring na dobrý účel a hodnotový marketing.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

2.5.2.1 Sponzorství založené na transakcích

Sponzorství založené na transakcích je taktéž někdy nazýván účelově zaměřený marketing nebo politika nákupního bodu. Společnosti investují určitou finanční částku na ekologickou, sociální či jinou prospěšnou činnost pokaždé, když spotřebitel zakoupí daný produkt či službu.

2.5.2.2 MUSH

Sponzorství na dobrý účel MUSH je zkratka pro municipal – lokalita, university – univerzita, vzdělávání, social – společnost, hospital – nemocnice. Pelsmacker, Geuens, Bergh (2003) toto sponzorství označují jako mecenášství dobrých účelů a není charitou, nýbrž je součástí firemní komunikační strategie.

Příkladem sponzoringu na dobrý účel je sponzoring společnosti McDonald's, který uvádí Clark L. Caywood (2003). Firma McDonald's zřídila neziskovou firmu Ronald McDonald Houses, která nedaleko větších dětských nemocnic buduje hotely pro rodiče, jejichž děti jsou dlouhodobě hospitalizovány. Rodiče mohou být v blízkosti svých vážně nemocných dětí, a to za přijatelnou cenu. Mnozí v této činnosti mohou vidět dobrotivost společnosti, ale pokud se zaměříme do hloubky této dobročinné aktivity, je zřejmé, že je součástí marketingových cílů. Cílem této aktivity je získat si nové zákazníky, generovat pozitivní povědomí o značce a následně zvyšovat zisky. Rodiče i děti si symbol McDonald's díky sponzorování Ronald McDonald Houses spojují se zájmem, péčí a láskou, což je pro společnost konkurenční výhoda.

2.5.2.3 Hodnotový marketing

Hodnotový marketing (value marketing) je strategie vztahů mezi zájmy veřejnosti a zájmy firmy.

2.5.3 Vysílání, ambush

Ambush též nazývaný marketing ze zálohy zahrnuje aktivity s cílem zviditelnit oficiální sponzorství firmy a z této spolupráce získat maximum. Tyto aktivity jsou zpravidla dlouhodobě plánované. Firma může být nevýznamným sponzorem nějaké události, ale pokud vynaloží poměrně velké úsilí a značné finanční prostředky na podpůrnou reklamu, společnost může v očích veřejnosti získat status důležitého sponzora.

Sponzorovanou aktivitou může být i vysílání, např. rodinný pořad, sportovní přenosy, předpověď počasí, zábavný pořad, seriál atd.

Sponzoring je různorodý, společnosti mohou v dnešní době sponzorovat opravdu cokoliv, od expedice, cesty do vesmíru až po živočišný druh. Paul Smith (2000) ve svém knižním vydání *Moderní marketing* uvádí jako příklad různorodosti sponzoringu sponzorství špatného sexu, kdy tabáková firma Hamlet Cigars sponzorovala cenu časopisu *Literary Review* s názvem Výroční cena velkolepých melounů za špatný sex, kterou získal autor s novelou obsahující nejhorší popis sexuálního aktu.

Za zmínku stojí i sponzoring politických stran, který v určitých ohledech popírá sponzoringové cíle jako je zviditelnění, propagace, prezentace. Fyzické či právní subjekty, které sponzorují politické strany či politiky samotné, často nechtějí být publikovány a pro širokou veřejnost zůstávají v utajení. Cílem sponzora není zviditelnění či získání pozitivního vědomí, nýbrž navázání vztahu se sponzorovaným subjektem a získání protislužby v podobě lobování např. ve změně zákona ve prospěch sponzora.

2.6 Postavení sponzorů

V publikaci *Moderní marketingová komunikace* Jana Přikrylová a Hana Jahodová (2010) uvádějí možné postavení sponzorů, které se odvíjí od participace na dané události či aktivitě.

- **Výhradní sponzor**
Danou akci nebo událost sponzoruje pouze jediný sponzor, který zpravidla hradí veškeré náklady spojené s akcí. Často zároveň i titulárním partnerem.
- **Generální sponzor**
Smlouva s generálním partnerem se zpravidla uzavírá na víceleté období, tento sponzor má oproti ostatním partnerům dominantní pozici. Participuje na rozhodnutí průběhu konkrétního ročníku, směřování a dlouholetého rozvoje. Generální partner oproti ostatním partnerům má výsadní postavení, tedy je prezentován častěji a jeho loga jsou umístěna na atraktivnějších pozicích. Generální partner může být zároveň i titulárním partnerem. Finanční a materiální plnění ze strany generálního sponzora je mnohem vyšší než u ostatních partnerů.
- **Titulární sponzor**
Jméno sponzora je uvedeno i v názvu akce.
- **Exkluzivní sponzor**
Exkluzivita spočívá ve výhradním právu a postavení v daném sektoru, tedy sponzor z daného odvětví je pouze jeden.
- **Řadový sponzor/dodavatel**
Nejnižší forma sponzorské účasti s nejnižšími benefity.

Toto rozdělení od Přikrylové a Jahodové je však neúplné, v praxi se používají ještě další označení sponzorů: hlavní partner, hlavní mediální partner, mediální partner.

Mediální partneři sponzorovanému zajišťují mediální propagaci v médiích (rádiu, televizi, internetu, tisku). Spolupráce je oboustranná, často formou barteru nebo procentuální slevy z celkových nákladů na mediální propagaci pro sponzorovaného. Mediální partneři za své služby získávají prostor pro reklamu své značky či služeb (prezentace nabývá různých podob – umístění loga na propagačních materiálech

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

sponzorovaného – plakát, letáky, upomínkové předměty, bannerová kampaň na webových stránkách sponzorovaného, umístění reklamy v místě konání dané akce, propagace prostřednictvím moderátora nebo sound design - znělky, bezplatná účast promo teamu sponzora atd.).

Rozsah spolupráce mezi sponzory a sponzorovanými upravuje např. smlouva o reklamě, propagaci značky či produktu, smlouva o spolupráci nebo smlouva o poskytnutí sponzorského příspěvku.

2.7 Formy sportovního sponzoringu

Mezi základní formy sportovního sponzoringu Foret (2003) v knižním vydání Marketingová komunikace řadí:

- Sponzorování jednotlivých sportovců
Tato forma se uplatňuje především ve vrcholovém sportu, kde osobnost sportovce představuje záruku úspěchu a kvality služby či výrobku dané firmy. Sportovec prezentuje firmu, resp. podporuje značku a produkty pomocí log umístěných na jeho dresu nebo sportovním náčiní. Účastní se akcí sponzora, vystupuje na tiskových prohlášeních firmy nebo propaguje produkt či značku v reklamních spotech a médiích. Sponzorovaný sportovec za tyto činnosti inkasuje finanční prostředky a dostává materiální podporu.
- Sponzorování sportovních družstev
Je nejvíce rozšířené u kolektivních sportů. Náplň spolupráce mezi sponzorem a sponzorovaným družstvem je obdobná jako u sponzorování jednotlivce. Spolupráce je oboustranná, firma se díky družstvu stává viditelnější, za to družstvo od firmy získává potřebnou materiální a finanční výpomoc.
- Sponzorování sportovních institucí – svazů, spolků
Tato forma sponzoringu je velmi rozmanitá, záleží na činnostech daného spolku či svazu.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

- Sponzorování sportovních akcí

V dnešní době je tento typ sponzoringu nejrozšířenější. Firmy sponzorují události, které jim za vynaložené prostředky přinesou odpovídající protivýkony. Cílem sponzoringu sportovních akcí je oslovení cílové skupiny, budování dobrého jména společnosti, prezentace společnosti, produktu či služby.

Clarke L. Caywood (2003) v publikaci Public relations sportovní sponzoring doplnil ještě o tyto formy:

- Sponzorování vlastnických práv

Tato forma sponzoringu funguje na principu zakoupení práva používat logo, jméno nebo podobu hráče nějakého týmu, ligy nebo organizace. Spolupráce je právně ošetřena, práva ve smlouvě jsou specifikována a časově ohraničena. Na vlastnická práva se zpravidla vztahuje exkluzivita (vlastnická práva jsou prodána jako celek pouze jedné společnosti z daného odvětví.)

- Sponzorování sportovišť

Další formou sportovního sponzoringu je zakoupení práv na název nějakého sportoviště nebo stadionu. Tyto investice jsou finančně velmi náročné. Sponzorství má však návratnost v podobě vysokého počtu zásahů, jelikož název sportoviště je automaticky spojován při každé sportovní události a počet impresí se zvyšuje díky tisku, televizi či prostřednictvím místní komunity.

2.8 Metodika teoretické a praktické části BP

Pro zpracování teoreticko-metodologické části bakalářské práce byly převážně použity knižní tituly z knihovny Vysoké školy ekonomické. Tato část se věnuje aktuálním poznatkům z oblasti sponzoringu, tedy jeho současným formám, účelům, cílům atd. Knižní tituly byly vyhledávány pomocí elektronického informačního systému knihovny VŠE zadáním klíčových slov „sponzoring“ a „public relations“. Pro zpracování práce byly použity publikace s vydáním od roku 1998.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

V analyticko-praktické části jsou popsány jednotlivé činnosti provedené v průběhu organizace freestylových závodů Subaru XV snow session. V první řadě bylo důležité si stanovit termín a místo konání akce, dalším krokem bylo vytvoření rozpočtového plánu, projektu a prezentace pro sponzory. Oslovení sponzorů probíhalo ve dvou vlnách. V první řadě byli osloveni sponzoři, jejichž cílová skupina byla shodná s cílovou skupinou závodů. V druhé vlně byli osloveni zbylí potenciální partneři.

Organizace závodů zahrnovala řadu činností, které se navzájem prolínaly: komunikace a spolupráce se sponzory (finanční, věcný, mediální sponzoring), zajištění technického zázemí, komunikace s areálem, se zaměstnanci, oslovení moderátora, rozhodčích, fotografů a kameramanů, grafická tvorba plakátů, tvorba webových a facebookových stránek, tisk plakátů, letáků a diplomů, následný výlep plakátů, ubytování pro organizační tým a závodníky, zajištění prostoru a interpretů na afterparty, zajištění dopravy veškerého vybavení na svah, objednání horské služby a celková synchronizace jednotlivých úkonů. Nedílnou součástí spolupráce s partnery je i zpětná vazba, proto byl po skončení závodů všem sponzorům zaslán e-mail s poděkováním a odkazem na video, report a fotodokumentaci. Pro generálního partnera byl navíc zpracován report rozšířený o celkovou měřitelnou hodnotu inzerce.

Během všech fází projektu bylo nezbytné průběžně monitorovat provozní údaje a zpracovávat aktuální informace týkající se freestylových závodů SKI & SNB v areálu Skiport Velká Úpa. Kontrola byla prováděna metodou srovnávání, kdy byly průběžně porovnávány stanovené plány se skutečností. Stanovenými plány se rozumí plánovaný rozpočet, harmonogram akce a příprava místa realizace.

Termín závodů byl určen na základě kombinace metod šetření a pozorování. Cílem šetření bylo nalézt takové datum, které by se nekrylo s ostatními freestylovými závody. Šetření bylo provedeno za použití veřejně dostupných informací z kalendáře akcí, který je součástí webových stránek www.boardmag.cz. Pozorováním bylo zjištěno, že sněhové podmínky jsou nejideálnější v měsíci únoru, viz kapitola 3.2 Termín závodů.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Předběžný rozpočet akce byl sestaven pomocí metody analogie, kdy byla na základě nalezených - získaných informací (např. ceny tiskovin, fotografických služeb, vysílaček) odvozena přibližná cena většiny položek rozpočtu. Zbylé předpokládané výdaje byly stanoveny na základě informací od poskytovatelů konkrétních služeb.

Doporučení pro příští ročník vznikla na základě rozboru závodů Subaru XV snow session, který proběhl ex-post. Cílem rozboru bylo zjistit slabé a silné stránky, hrozby a příležitosti. Pro jeho zpracování byly použity informace v podobě vlastních poznámek hlavní organizátorky. V průběhu organizace a realizace závodů byly zapisovány postřehy závodníků, členů realizačního týmu, diváků, partnerů i samotné autorky. Další použité informace byly získány metodou pozorování. Výstupy rozboru byly následně pro přehlednost zaznamenány do zjednodušené tabulky, která má charakter SWOT matice.

3 Analyticko-praktická část

Analyticko-praktická část obsahuje podrobný popis organizace freestylových závodů Subaru XV snow session. Krok po kroku jsou zde rozebrány jednotlivé úkony nezbytné pro realizaci závodů.

Cílem závodů bylo přilákat vysoký počet kvalitních závodníků, zajistit ohlas u veřejnosti, získat finanční prostředky, zajistit rovnováhu mezi příjmy a výdaji, vyhnout se ztrátě a případně realizovat zisk.

Vzhledem k tomu, že se každý rok v naší zemi koná velký počet obdobných závodů, je hlavním lákadlem pro závodníky peněžní odměna za vítězství, neboli prize money. Pro Subaru XV snow session byla výše odměny pro závodníky ve všech kategoriích (snowboard a lyže) stanovena na 40 000 Kč. Jako místo realizace byl vybrán lyžařský areál Skiport Velká Úpa, a to z několika důvodů, viz 3.1.

Pro účely závodů Subaru XV snow session bylo založeno občanské sdružení s názvem Sport music & support activities.

3.1 Místo konání, lyžařský areál Skiport Velká Úpa

Skiport Velká Úpa se nachází v centru obce Velká Úpa v Krkonoších necelé 3 kilometry od turisticky známé Pece pod Sněžkou. Areál, který je návštěvníky oblíbený zejména pro rekreaci, turistiku a sporty, je v provozu celoročně. V zimě jsou v provozu 2 vleky (Modřín o délce 530 metrů a Hofer s délkou 905 metrů) a lanová dráha na Portášovy boudy s převýšením 350 metrů a délkou 1464 metrů, viz obrázek 1 (Lyžařský areál Skiport Velká Úpa, 2011). Lyžaři a snowboardisté mohou areál využívat od konce prosince až do začátku dubna, samozřejmě provoz areálu je závislý na sněhové pokrývce.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Obrázek č. 2 Lyžařský areál Skiport Velká Úpa, mapa



Zdroj: Lyžařský areál Skiport Velká Úpa (2011)

Skiport Velká Úpa byl vybrán kvůli svému potenciálu k uspořádání závodů. Areál má strategickou polohu v Krkonoších. Dalším důvodem bylo i kolegiální jednání s vedením, podle kterého byl závod pro areál velkým přínosem. V tomto lyžařském středisku se nikdy závody podobného charakteru ani rozsahu nekonaly. Výjimkou je Velká cena Portášek – obří slalom, což je akce pro místní obyvatele, která se koná každoročně na konci sezóny.

Vedení areálu z počátku návrh na uspořádání freestylových závodů nebralo vážně, jelikož podobné nápady byly jinými vysloveny již několikrát, avšak realizace se nikdy nekonala. Na základě předložení rozpracovaného projektu, včetně výběru médií a ostatních náležitostí, byl tento projekt Ing. Josefem Menyházem přijat.

Pan Menyház je jedním ze spoluvlastníků společnosti Bobolift s.r.o., která provozuje lyžařský areál Skiport Velká Úpa. Vedení areálu na podzim roku 2011 přislíbilo

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

následující: poskytnutí prostoru pro závody a stánky, zajištění rolby, sněhových děl a technického zázemí, permanentky pro organizační tým a zvýhodněná cena permanentky pro závodníky (50 Kč/den).

Dalším důvodem výběru byla možnost zajištění afterparty, která je nedílnou součástí freestylových závodů. Z organizačních důvodů je vhodné, aby se afterparty konala v místě závodů. Pro tento účel byl zvolen hotel Úpa, který se nachází v centru obce Velká Úpa v bezprostřední blízkosti areálu. S pronajímatelem hotelu Úpa bylo domluveno, že poskytne prostory na afterparty za následujících podmínek. Veškerý zisk z prodeje občerstvení a nápojů na afterparty bude výhradně ziskem pronajímatele a na oplátku bude zdarma poskytnuto ubytování pro organizační tým.

S ohledem na bezpečnost, technické zázemí a podmínku, že stavbou skoků nesmí být narušen chod areálu, byl pro místo konání vybrán prostor ve střední části nalevo od vleku Modřín, viz obrázek 1.

3.2 Termín závodů

Pro konání závodů Subaru XV snow session bylo nutné najít takové datum, které by se nekrylo s ostatními důležitými a prestižními závody v České republice, jako je například Český snowboardový pohár, Quiksilver snowjam či Burton Špindl Spring Session. Zavedené freestylové akce bývají každoročně organizovány ve stejném termínu, proto při stanovení termínu byl použit přehled závodů a důležitých snowboardových akcí konaných v roce 2011, viz příloha č. 1.

Zimní sezóna je v areálu Skiport Velká Úpa od konce prosince do začátku dubna. V lednu a březnu teploty a vlhkost kolísají a je problém se zasněžováním, proto byly lednové a březnové termíny z důvodu možného nedostatku sněhu zamítnuty. Navíc, vzhledem k tomu, že areál leží na slunné stráni, sníh rychle taje. Byl tedy vybrán měsíc únor.

V únoru se pravidelně konají dva závody 4x4 Český pohár ve freestyle snowboardingu. Pro případ, že bude změněn termín Českého poháru, byly vybrány dvě varianty

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

11. 2. 2012 a 18. 2. 2012. Díky interním informacím z Asociace českého snowboardingu byly koncem listopadu potvrzeny termíny závodů z minulých let.

Ski areál Klínovec dne 18. 2. 2012 hostil Evropský pohár v U-rampě a na den 11. 2. 2012 byl hlášený snowboardcross na Ještědu. Nakonec bylo zvoleno datum 11. 2. 2012, a to z důvodu potenciálně vyšší účasti závodníků. Závody v U-rampě spadají do freestylových disciplín, a tak zde bylo riziko, že jezdci zvolí raději závod v U-rampě, který má tradici, vyšší prize money a prestiž.

3.3 Harmonogram akce, rozdělení prize money

Harmonogram závodů Subaru XV snow session byl sestaven následovně:

Pátek – Warm up day

10.00 Race office open – registrace jezdců

10.00 Oficiální trénink

16.00 Konec tréninku

17.00 Konečná úprava trati na závodní den

18.30 Uzavření race office

Sobota – Competition day

8.00 Race office open – registrace jezdců

9.00 Oficiální trénink

10.00 Uzavření race office

10.15 Konec tréninku

10.30 Začátek závodu – kvalifikace

14.30 Finále

15.30 Best trick

16.00 – 17.00 Oficiální ukončení závodu s vyhlášením a předáním cen

20.00 - ?? After party – Dj Katcha, RH Funkiss – Robin Sobek

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Prize money vyjadřuje celkové finanční prostředky, které si mezi sebou rozdělí vítězové. Cílem bylo určení optimálního rozložení prize money, které by přilákalo dostatečný počet závodníků, a zároveň byly respektovány limity finančních zdrojů. Pro závod Subaru XV snow session byly stanoveny čtyři kategorie – SNB//MUŽI, SKI//MUŽI, SNB/ŽENY a SKI/ŽENY.

Z pohledu organizátorky závodníci – muži předvádějí kvalitnější a náročnější triky, a tím přilákají větší počet diváků. Navíc autorka vycházela z předpokladu, že v České republice není počet závodnic tak velký jako u mužů, a proto muži mají větší konkurenci. Z výše uvedených důvodů bylo prize money pro kategorii ženy nižší.

SKI/SNB/MUŽI

1. místo – 10 000 Kč
2. místo – 5 000 Kč
3. místo – 3 000 Kč

SKI/SNB/ŽENY

1. místo – 2 000 Kč, nebo vyhlídkový let v hodnotě 5 000 Kč
2. místo – 2 000 Kč, nebo vyhlídkový let v hodnotě 5 000 Kč, rozhodne vítěz 1.místa
3. místo – věcné ceny

3.4 Cílová skupina

Cílovou skupinou (návštěvníci, tak i závodníci) byli mladí lidé ve věku 15-35 let. Akce byla primárně určena pro Královéhradecký kraj. Sekundárně akce cílila i na obyvatele Prahy. Na základě stanovení cílové skupiny byla určena média.

3.5 Předběžný rozpočet

Předběžný rozpočet byl sestaven za použití metody analogie. Největší položky rozpočtu, jako je výše prize money nebo zajištění afterparty, byly stanoveny na základě akcí podobného druhu, jako jsou jiné závody či koncerty na hotelu Úpa.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Další položky jako tiskoviny, fotografické služby nebo cena vysílaček, byly stanoveny na základě informací dostupných na internetu a bylo předpokládáno, že ceny zůstanou neměnné. Zbylé předpokládané výdaje byly stanoveny na základě informací od poskytovatelů konkrétních služeb.

Předběžný rozpočet byl stanoven na 87 400 Kč, včetně prize money pro vítěze v celkové hodnotě 40 000 Kč. Rozpočet, viz příloha č. 2, zahrnuje následující položky: prize money, zvukař s aparaturou, zapůjčení vysílaček, pronájem výlepních ploch města Trutnova, tisk plakátů, letáků a diplomů, odměna pro rozhodčí, moderátora, shapera, grafika, kameramana, fotografa, interprety a záchranou službu. V celkové částce byly zahrnuty i případné mimořádné výdaje ve výši 5000 Kč a výdaje na služby správy účetnictví občanského sdružení Sport music & support activities o.s., které bylo pro realizaci závodů zřízeno.

3.6 Moderátor, rozhodčí

Při volbě rozhodčích a moderátora je důležité brát zřetel na jeho dosavadní zkušenosti, znalosti a samozřejmě limitující finanční zdroje.

Finální složení rozhodčích vypadalo takto: rozhodčí/SNB - Jan Zajíc, hlavní rozhodčí SNB, Lucie Janouchová, rozhodčí/SKI - Jaroslav Fantura, hlavní rozhodčí SKI, Martin Ďuriš a Michal Peč.

Jaroslav Fantura, hlavní rozhodčí kategorie SKI, byl zároveň i hlavní shaper¹ skoků, který si do svého týmu vybral dva rozhodčí – Martina Ďuriše a Michala Peče. V původním složení SNB kategorie byl hlavním rozhodčím Jan Dalibor, který se třicet minut před začátkem hlavního závodu nechal slyšet, že se nemůže zúčastnit. Nabídku hlavního rozhodčí kategorie SNB nakonec přijal Jan Zajíc, který se přihlásil jako účastník závodů. Lucie Janouchová, mistryně České republiky v U-rampě, byla druhým rozhodčím kategorie SNB.

¹ Shaper – osoba, která má na starost výstavbu skoků, jeho tvar a formu

² Table – vzdálenost mezi hranou skoku a hranou dopadu

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Nabídku moderátora přijal Petr Vávra, který se v minulosti věnoval freeski. Po moderátorovi byla požadována znalost freestylové terminologie, komunikativnost a flexibilita.

3.7 Sponzoring

Nedílnou součástí sportovních akcí je zajištění finančních prostředků. S ohledem na možnosti byli potencionální sponzoři oslovováni osobně, telefonicky či e-mailem. Důležité bylo nejprve utvořit dokument shrnující základní informace o akci, ale také nabídku ke spolupráci (sponzorování), viz příloha č. 3 Projekt Subaru XV snow session. Dokument byl v průběhu organizace aktualizován, a to v závislosti na podmínkách sjednaných se sponzory. Případní partneři (sponzoři) byli oslovováni na základě podobnosti cílových skupin. Celkem bylo osloveno cca sto organizací. Spolupráce byla uzavřena se společnostmi: Subaru, Czechoslovakia spirit, Greenhouse, Radioking, Lusti, dále s pivovarem Krakonoš a městem Pec pod Sněžkou.

3.7.1 Finanční sponzoring

Generálním partnerem se stala akciová společnost Subaru, která je také partnerem areálu Skiport Velká Úpa. Spolupráce s touto společností byla domluvena v druhé polovině října, veškerá komunikace probíhala s marketingovým a obchodním ředitelem Zdeňkem Zikmundem. V rámci partnerství byla domluvena tato specifika reklamních služeb:

- služby se vztahují pouze k freestylovým závodům Subaru XV snow session
- propagace objednatele jako generálního partnera závodů
- název závodů Subaru XV snow session
- plakát - motiv závodníka skákajícího přes vůz Subaru XV, prostor pro logo velikost A6 - levý spodní roh
- logo společnosti na webových stránkách www.subaruxvsnowsession.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

- propagace generálního partnera ve všech partnerských komunikačních médiích
- spot v rádiu Evropa 2. „Nové Subaru přiváží freestylové závody Subaru XV snow session. Profesionální i amatérští závodníci, jenž ovládají své lyže a prkna, poměří své síly na big airu přes vůz Subaru v areálu Skiport Velká Úpa 11. února. Prize money 40 000 Kč. Afterparty v hotelu Úpa, DJ Katcha. Více na subaruxvsnowsession.cz a subaru.cz.“
- umístění reklamních bannerů a vlajek v areálu Skiport Velká Úpa
- umístění vozu Subaru v místě konání freestylových závodů
- stánek Subaru, možnost umístění druhého vozu vedle stánku
- úvodní video - v závěru záběr 3 vteřiny na logo Subaru
- výstupní video - upřednostňování záběrů s logem Subaru, v pozadí závodníků model Subaru, bannery Subaru, záběry na logo v začátku i na konci videa cca 2 vteřiny, umístění výstupního videa na webových stránkách www.youtube.com, www.facebook.com a www.subaruxvsnowsession.cz
- možnost obléci realizační tým do zimního oblečení s logem Subaru či poskytnout čísla s logem pro závodníky.

Cena za služby poskytnuté společností Sport music & support activities o. s. byla dohodou smluvních stran stanovena na částku 75 000 Kč. Veškeré dohodnuté podmínky byly sepsány a stvrzeny podpisy ve smlouvě mezi společností Subaru a Sport music & support activities o. s.

Hlavním partner závodů Subaru XV snow session se stala společnost Czechoslovakia spirit s.r.o. Toto ujednání bylo domluveno začátkem prosince, a to s panem Alešem Filounkem. Cena za služby byla dohodou smluvních stran stanovena na částku 10 000 Kč, podmínky spolupráce byly specifikovány ve smlouvě takto:

- specifikace poskytovaných služeb se vztahují pouze ke dni uskutečnění freestylových závodů Subaru XV snow session

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

- propagace společnosti jako hlavního partnera závodů
- umístění dvou reklamních bannerů o rozměrech 200 x 100 cm v areálu Skiport Velká Úpa
- logo společnosti na plakátu, velikost A7
- logo společnosti v úvodním a výstupním videu
- logo společnosti na webových stránkách www.subaruxvsnowsession.cz
- stánek v areálu Skiport Velká Úpa
- účast promotýmu Czechoslovakia spirit na závodech a afterparty
- částka utržená z prodeje produktů Fleret v den závodů v prostorách Skiport Velká Úpa je výtěžkem společnosti Czechoslovakia spirit, částka utržená z prodeje produktů Fleret v prostorách hotelu Úpa je výtěžkem pronajímatele hotelu Dalibora Korejse, daná částka je Daliboru Korejsovi předána nejpozději druhý den po promoakci.

Město Pec pod Sněžkou podpořilo závody Subaru XV snow session finančně, přispělo částkou 3000 Kč. Veškerá komunikace probíhala se starostou města Pec pod Sněžkou, výše částky byla domluvena v měsíci lednu 2012.

3.7.2 Věcný sponzoring

Společnost Greenhouse Trutnov poskytla vyhlídkové lety nad Krkonošemi a řadu menších cen pro vítěze. Barterový obchod byl uzavřen i s pivovarem Krakonoš Trutnov, který zajistil na závody stoly, lavice, stánky, pípu a 5sudů piva Krakonoš. Firma Lusti poskytla freestylové lyže pro vítěze disciplíny best trick. Spolupráce byla navázána i se společností Radioking, která zapůjčila vysílačky v hodnotě 3000 Kč. Lyžařská škola K+K Ski School Jánské Lázně propůjčila na závody sportovní dresy s čísly.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Sport music & support activities o.s. poskytla výše uvedeným partnerům služby vztahující se k závodům v následujícím rozsahu:

- umístění reklamního banneru v areálu Skiport Velká Úpa
- logo společnosti na plakátu, a to v prostoru sponzoringové lišty
- logo společnosti v úvodním a výstupním videu
- logo společnosti na webových stránkách www.subaruxvsnowsession.cz
- prostor pro stánek o rozměrech 300 x 300 cm v areálu Skiport Velká Úpa (platí pouze u pivovaru Krakonoš).

3.8 Mediální propagace

Mediální propagace zahrnuje nejen spolupráci s médii, ale i tvorbu webových stránek a přípravu propagačních materiálů (článků, plakátů a letáků).

3.8.1 Mediální podpora

Mediálními partnery akce byly Evropa 2, Nova Sport, Trutnovinky.cz, Okolohradce.cz, Radniční listy města Trutnov, divadlo Uffo, Freeride.cz, Snowboarders.cz, Boardmag.cz, Studentpoint.cz a Partyplanet.cz.

Hlavním mediálním partnerem se stala Evropa 2, jejíž cílovou skupinou jsou mladí lidé ve věku 12-39let. S Evropou 2 byla dohodnuta spolupráce, stanoven mediální plán a podmínky spolupráce následovně:

- spot v rádiu Evropa 2 bude vyroben na náklady Sport music & support activities o.s. „Nové Subaru přivází freestylové závody Subaru XV snow session. Profesionální i amatérští závodníci, jenž ovládají své lyže a prkna, poměří své síly na big airu přes vůz Subaru v areálu Skiport Velká Úpa 11.února. Prize money 40 000 Kč. Afterparty v hotelu Úpa, DJ Katcha. Více na subaruxvsnowsession.cz a subaru.cz.“

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

- finanční kompenzace ze strany Sport music & support activities o.s. ve výši 10% celkových nákladů (25 454 Kč)
- Sport music & support activities o.s. se dále zavázalo uveřejnit logo Evropy 2 mimo sponzoringovou lištu plakátu, na webových stránkách www.subaruxvsnowsession.cz, úvodním a výstupním videu, umístění propagačních materiálů v areálu Skiport Velká Úpa, propagace rádia moderátorem a pomocí audiovizitek Evropy 2 v den konání závodů.

Tiskové zprávy, viz příloha č. 4, byly spolu s plakátem, popřípadě fotografií uveřejněny v tisku (Trutnovinky a Radniční listy města Trutnov). Pozvánka na freestylové závody, spolu s úvodním videem byla propagována na webových stránkách www.freeride.cz, www.snowboarders.cz, www.boardmag.cz, www.studentpoint.cz, www.partyplanet.cz, www.trutnovinky.cz a www.okolohradce.cz.

Veškerá spolupráce byla dohodnuta barterově, za poskytnuté mediální služby byly společností Sport music & support activities poskytnuty tyto služby:

- logo společnosti na plakátu, a to v prostoru sponzoringové lišty
- logo společnosti v úvodním a výstupním videu
- logo společnosti na webových stránkách www.subaruxvsnowsession.cz

Pozvánka na akci byla uveřejněna i na webových stránkách www.krakonosovokralovstvi.cz, www.skiport.cz, www.vychodnikrkonose.cz, www.subaru.cz, www.kralovehradeckenovinky.cz, www.trutnov.cz www.lyzovani.cz, www.m.kralovehradeckenovinky.cz, které pozvánku pouze převzaly z jiných webových stránek.

3.8.2 Plakát, úvodní video

Úvodní video bylo sestříháno společností Fullfaceproduction, konkrétně Štěpánem Romanovem. Tuto společnost jsem si vybrala z několika důvodů – známost společnosti zaručuje kvalitu i úspěšnost videa, zkušenosti s točením freestylových videí a příznivá cena.

Video obsahovalo základní informace typu kde, kdy, co, jak a proč, v závěru bylo doplněné o loga sponzorů. Video bylo umístěno na webové stránky www.youtube.com a na freestylové stránky www.freeride.cz, www.boardmag.cz, www.snowboarders.cz a stránky studentského portálu www.studentpoint.cz. K červnu 2012 bylo video shlédnuto pouze 700krát.

Grafické zpracování plakátu měl na starost grafik, který spravoval i webové stránky www.subaruxvsnowsession.cz. Dle dohody s generálním partnerem bylo na plakátu umístěno nové Subaru XV. Plakát byl vytištěn v celkovém nákladu 120ks ve formátu A2. Letáčky, které kopírovaly tematiku plakátu, byly vytištěny v nákladu 1500ks ve formátu A6. Grafické zpracování plakátu bylo z části použito na šeky pro vítěze.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Obrázek č. 3 Grafické zpracování plakátu

**SUBARU XV
SNOW
SESSION**

10. - 11.2. 2012 | SKIPOINT VELKÁ ÚPA
SNOWBOARD | FREESKI CONTEST
BIG AIR OVER SUBARU | RAIL JAM
PRIZE MONEY 40.000CZK
AFTERPÁRTY NA HOTELU ÚPA
RH FUNKISS
DJ KATCHA

10.2.2012
WARM UP DAY
RACE OFFICE OPEN 10:00
TRÉNINK 10:00
KONEC TRÉNINKU 16:00

11.2.2012
COMPETITION DAY
RACE OFFICE OPEN 8:00
TRÉNINK 9:00
UZAVŘENÍ RACE OFFICE 10:00
KVALIFIKACE 10:30
FINÁLE 14:30
BEST TRICK 15:30
AFTER PÁRTY 20:00

EVROPA 2

SubaruXVSnowSession.cz

Subaru XV snow session

SUBARU NOVÉ XV

czechoslovak SPIRIT

EVROPA 2

STAVBA ROKU 2011

PEC POD SNĚŽKOU

board SR STUDENT POINT.CZ okolahradce.cz LUSTI FULLFACEPRODUCTIONS

Autor: Matěj Novotný

Tiskoviny měly být původně barterově vytisknuty společností Grow shop. Vzhledem k tomu, že s vedením společnosti nebyla možná dohoda ohledně plnění ze strany Sport music & support activities o.s., tato spolupráce byla ukončena a veškeré tiskoviny byly pořízeny na náklady občanského sdružení Sport music & support activities o.s.

3.8.3 Výlepní plochy, facebook, webové stránky

Výlepní plochy Trutnova byly poskytnuty barterově, v Trutnově bylo umístěno padesát plakátů na dvaceti sedmi výlepních plochách, a to po dobu čtrnácti dnů. Plakáty byly vylepeny i v dalších městech, obcích, klubech, restauracích a infocentrech (Mladé Buky, Pec pod Sněžkou, Velká Úpa, Špindlerův Mlýn, Vrchlabí, Hradec Králové a Liberec). Ve městech Liberec a Hradec Králové byly plakáty vylepeny pouze s týdenním předstihem, u ostatních ploch byla dodržena doba čtrnácti dnů.

Informace, novinky a články byly k dispozici také na webových stránkách www.subaruxvsnowsession.cz a na facebookových stránkách závodů Subaru XV snow session.

Na webové stránky byla umístěna mapa areálu, základní informace, fotografie, videa a registrační formulář.

3.9 Technické zázemí, technické minimum

Speciálně pro tento závod bylo nutné vytvořit závodní platformu, tvořenou dvěma skoky a dopadem. Stavební práce započaly tři dny před začátkem závodů, avšak v průběhu měsíce před začátkem samotné stavby byl prostor pravidelně zasněžován, aby byla vytvořena dostatečná zásoba sněhu. Areálem bylo v rámci dohody poskytnuto jedno sněžné dělo.

Stavbu skoků (shapování) měl na starost hlavní rozhodčí kategorie SKI Jaroslav Fantura, který za pomoci ostatních SKI rozhodčích a rolbaře Waltra Hoffra, postavil dva skoky. Hlavní big air s tablem² šestnáct metrů a menší skok s tablem deset metrů. Z důvodu nedostatku prostoru byla nájezdová cesta na skok vytyčena do „zatáčky“. Hrany skoků byly z bezpečnostních důvodů označeny modrou biologicky odbouratelnou barvou (značení slouží především pro orientaci jezdců).

K vytyčení bezpečnostní zóny dopadu byly použity ochranné sítě a dřevěné tyče, které zároveň posloužily k upevnění reklamních bannerů. Bezpečnost na rozjezdové trati byla

² Table – vzdálenost mezi hranou skoku a hranou dopadu

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

zajištěna rovněž pomocí dřevěných tyčí a pásky s označením zákaz vstupu. Ochranné sítě poskytl areál Skiport Velká Úpa a dřevěné tyče byly zapůjčeny správou Krkonošského národního parku.

Vysílačky, které sloužily ke komunikaci mezi jednotlivými členy realizačního týmu, rozhodčími a pracovníkem záchranné služby, byly, jak je již uvedeno výše, vyjednány se společností Radioking na základě barterové dohody.

Pro ozvučení závodů byla použita aparatura, která byla pronajata za smlouvenou cenu (viz vyúčtování). Stejně ozvučení bylo použito i na afterparty v hotelu Úpa. Nezbytností bylo také zajištění potřebné kabeláže pro aparaturu a stánky.

Lavice, stoly, stánky, dřevěné tyče a další vybavení byly na svah dopraveny pomocí rolby a skútru.

Registrace závodníků probíhala v baru Skleník. Závodníci se mohli přihlásit během tréninkového pátku, popřípadě v sobotu dopoledne.

Místo konání afterparty bylo zajištěno v nedalekém hotelu Úpa, který má dostatečné prostory pro pořádání kulturních akcí. Vedení hotelu Úpa nabídlo možnost uložení lavic, stolů, stánků a dřevěných tyčí.

Při organizaci, přípravě a samotném průběhu byl kladen důraz na bezpečnost a ochranu zdraví při práci.

3.10 Realizační tým

Na realizaci závodů Subaru XV snow session se podílel realizační tým v následujícím složení: hlavní organizátor (autor), grafik (plakát, webové stránky), zaměstnanci nahrávacího studia (výroba spotu), redaktor (tvorba tiskových zpráv, aktualizací facebookových stránek), rolbař, řidič skútru, pomocná síla (vytyčení trati, stavba stánků), zapisovatelé registrace, moderátor, rozhodčí SKI/SNB, fotograf, kameraman, horská služba, DJ na afterparty (DJ Katcha, DJ Jirka Kadlec, DJ Robin Sobek) a zvukař. S jednotlivými členy týmu byla předem domluvena jejich odměna, finanční, věcná nebo žádná (jednalo se o přátelskou výpomoc).

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

3.11 Realizace závodů

Úspěšnost samotné akce určuje příprava. Svoz lavic, stolů, stánků, dřevěných tyčí, sítí, vyzvednutí dresů, vysílaček, zajištění cedulek s označením registrace, vyzvednutí permanentek probíhalo s několika-denním předstihem.

Stavba skoků a shapování bylo pravidelně kontrolováno. V průběhu stavby byly pořizovány fotografie, které redaktor spolu s aktualitami uveřejňoval na facebookových a webových stránkách www.subaruxvsnowsession.cz.

V pátek 10. 2. 2012 byla pro závodníky otevřena trať pro trénink. Mnoho z nich této možnosti využilo a do závodu se zaregistrovalo již v pátek dopoledne. Při registraci závodníci vyplnili formulář (jméno, příjmení, datum narození, kategorie, místo bydliště, kontakt a odkud se o závodech dozvěděli), zaplatili registrační poplatek (dvoudenní permanentka se startovným 350 Kč, jednodenní permanentka se startovným 250 Kč) a vratnou zálohu ve výši 100 Kč na dres. Závodníci, kteří splnili všechny výše uvedené podmínky registrace, byli zapsáni na startovní listinu.

V sobotu 11. 2. 2012 bylo nutné zajistit odvoz lavic, stolů, stánků, aparatury a dalších věcí na svah. Vzhledem k tomu, že na silnici nebyla dostatečná sněhová pokrývka, nemohl skútr zajet přímo před hotel Úpa, kde byly veškeré věci uloženy. Převoz probíhal na etapy, vše bylo automobilem z hotelu přemístěno pod sjezdovku a odtud naloženo na rolbu nebo skútr a dopraveno na místo. Samotná stavba stánků, stolů, lavic a upevnění reklamních bannerů trvala necelou hodinu. V důsledku těchto komplikací a pozdního příjezdu zodpovědné osoby zajišťující převoz věcí se posunul celý harmonogram závodů o hodinu a půl.

Registrace v sobotu 11. 2. 2013 probíhala od devíti do jedenácti hodin, celkem se přihlásilo třináct snowboardových závodníků v kategorii muži, šestnáct závodníků v kategorii SKI/muži, z dívek se zaregistrovala pouze jedna závodnice, a to v kategorii SKI. Závodů se účastnili nejen amatérští jezdci, ale také elita české snowboardové a freeski scény jako Jan Nečas, Martin Mikyska, Jan Doležal, Tomáš Tuzar, Marek Skála, Josef Kalenský, Jan Balcar a Dan Hanka.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Po tréninku začal samotný závod. Kvalifikace probíhala formou hodinového jamu³ a do finále postoupilo z každé kategorie 6 závodníků. Každý z finalistů jel čtyři jízdy, avšak do hodnocení se počítaly pouze dvě nejlepší.

Po finále následovala disciplína best trick (hodnocení nejlepšího provedení triku). Vzhledem k tomu, že se do této disciplíny nepřihlásil dostatečný počet závodníků, rozhodčí se usnesli tuto kategorii nevyhlašovat.

Vyhlášení výsledků proběhlo kolem čtvrté hodiny a vítězům byly předány ceny a šeky s hodnotou výhry. Výsledky jednotlivých kategorií vypadaly následovně:

kategorie SKI/MUŽI

1. místo – Marek Skála
2. místo – Dan Hanka
3. místo – Jan Balcar

kategorie SNB/MUŽI

1. místo – Jan Nečas
2. místo – Martin Mikyska
3. místo – Jan Doležal

kategorie SKI/ŽENY

1. místo – Isabela Kyselová.

Celý den v prostoru závodů hrála muzika, kterou zajišťoval DJ Jirka Kadlec, moderátor komentoval průběh závodů a také upozorňoval na stánky sponzorů. Hostesky společnosti Czechoslovakia spirit nabízely účastníkům horkou hruškovici a automobilový nadšenci si mohli prohlédnout nové Subaru XV a Forester u stánku Subaru.

Celý den byly mrazy okolo mínus dvaceti stupňů, proto účast ze strany diváků nebyla dle očekávání. Závody navštívilo odhadem sto padesát diváků (nejsou započítáni návštěvníci areálu).

³ Jam - forma závodu, závodníci jezdí nezávisle na pořadí, rozhodčí na základě nejlépe provedených jízd vybere finalisty

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Po skončení závodů bylo nezbytné místo konání uklidit a připravit stany, lavice a stoly k odvozu rolbou. Veškeré vybavení bylo opět uloženo v prostorách hotelu Úpa.

Afterparty začala kolem deváté hodiny večerní na hotelu Úpa, kde hrál DJ Robin Sobek a DJ Jirka Kadlec. DJ Katcha bohužel nedorazila, omluvila se kvůli zamrzlé naftě v nádrži. Celková účast na afterparty byla nad očekávání dobrá. Odhadovaná návštěvnost byla cca tři sta lidí. V průběhu večera hostesky Czechoslovakia spirit nabízely slivovici, hruškovici, meruňkovici či třešňovici.

3.12 Zhodnocení akce, reporty

V rámci organizování akce je velmi důležitá zpětná vazba. Sponzoři, závodníci, návštěvníci i širší veřejnost by měla být informována o průběhu i výsledcích dané akce, a to co v nejkratším možném časovém rozmezí.

3.12.1 Články, výstupní video

Nedílnou součástí je rovněž informování o aktualitách závodů prostřednictvím medií. Tiskové zprávy, viz příloha č. 5, byly uveřejněny nejen na webových stránkách www.subaruxvsnowsession.cz a facebookových stránkách Subaru XV snow session, ale i na vybraných webových stránkách mediálních sponzorů.

Výstupní video, které bylo kameramanem dodáno do tří dnů po závodech, bylo následně přidáno ke článkům. Cílem bylo zprostředkování informací o průběhu závodů, propagace, zviditelnění akce a sponzorů. Video bylo zveřejněno na webových stránkách www.youtube.com, kde během prvních pěti dnů mělo osm set zhlédnutí, po pěti měsících video zhlédlo přes čtyři tisíce lidí. Výstupní video bylo pětkrát odvysíláno na Nova Sport v rámci pořadu Element, který se specializuje na freestylové sporty. Záznam ze závodů byl promítán pravidelně každý večer na plátno v bowlingovém baru Ball koule, který se nachází ve Velká Úpě.

Na www.youtube.com se objevilo i neoficiální video natočené skupinou Studio Project, které v měsíci červen 2012 mělo necelé čtyři tisíce zhlédnutí.

3.12.2 Reporty pro sponzory

Reporty, které obsahovaly informace o veškeré mediální propagaci, průběhu a výsledcích akce, byly zpracovány pro generálního a hlavního sponzora a pro areál. Byl vytvořen jeden základní report, který byl dle potřeb upravován. Report pro Subaru, viz příloha č. 6, byl sestaven na základě požadavků, které společnost zadala a cílem této zprávy bylo určit celkovou odhadnutou měřitelnou hodnotu inzerce. Ostatní reporty obsahovaly stejné základní informace doplněné o fotografie se sponzory a podrobnosti vztahující se ke vzájemné spolupráci s partnerem.

3.12.3 Finální rozpočet

Dalším důležitým úkolem po skončení závodů bylo určení finálního rozpočtu. Během celé akce byl průběžně monitorován stav rozpočtu a srovnáván s původním plánem. Výdaje byly 92 000 Kč, příjmy byly 96 000 Kč, saldo cash flow 4 000 Kč, viz příloha č. 7 a příloha č. 8. Oproti základnímu (odhadovanému) rozpočtu se finální rozpočet nepatrně navýšil. V původním rozpočtu nebyly zahrnuty výdaje na mediální propagaci na rádiu Evropa 2. Položky výlep plakátů a zapůjčení vysílaček byly poskytnuty barterově. Výdaje byly navíc sníženy o odměnu pro Dj Katchu, která nevystoupila na afterparty. Prize money bylo vyplaceno ve výši 38 000 Kč místo původních 40 000 Kč (prize money v kategorii SNB/ženy nebylo vyplaceno).

3.13 Rozbor závodů

Rozbor závodů byl proveden na základě skutečností zjištěných metodou pozorování. Uvedené skutečnosti jsou postřehy, které autorka pozorovala v průběhu organizování akce, případně náměty a připomínky ze strany návštěvníků, zaměstnanců nebo partnerů.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Tabulka č. 1 Rozbor závodu Subaru XV snow session

<ul style="list-style-type: none"> • kvalitní organizační tým • silní partneři – Subaru, • široké pokrytí rozhlasových médií – střední, severovýchodní Čechy • Gross impressions, Nova sport, Element, GI – 250 000 zásahů • snížení nákladů díky zvolené spolupráci s některými partnery • znalost prostředí, resp. místa konání akce • kladný vztah hlavní organizátorky k freestylovým sportům • strategické rozmístění plakátů • kvalitní shapeři se zkušenostmi • vyjednávací schopnosti hlavní organizátorky zajištění prize money 40 000CZK 	<ul style="list-style-type: none"> • pozdní rozmístění plakátů ve městech Liberec, Hradec Králové • nedodržení harmonogramu z důvodu výběru nespolehlivého zaměstnance • webové stránky složené z obrázků, nikoliv pomocí HTML • prostor pro účelnější plnění potřeb sponzorů • špatně zvolený moderátor • neodborné grafické zpracování plakátu • dlouhá časová prodleva mezi finálem a vyhlášením • vysoké náklady na rozhlasovou reklamu • nekvalitní rádiový spot • nezájem ze strany závodníků o disciplínu best trick • málo finančních a mediálních partner
<ul style="list-style-type: none"> • jediná akce tohoto typu v areálu Skiport Velká Úpa • kladný vztah firem ke sportu • vstřícnost areálu • slunné počasí, kvalitní obrazové výstupy • divácká atraktivita sportu, resp. freestyle SKI/SNB • areál součástí SKIPEC (od roku 2011), vzdálenost Pec Pod Sněžkou – Velká Úpa – 3km • ochota propagovat akci a spolupráce ze strany boudařů, obchodů • možnost využití grantů z Královéhradeckého kraje 	<ul style="list-style-type: none"> • malý, neznámý areál • vysoká konkurence závodů, překrývání termínů • málo prostoru k vytvoření kickeru a dopadu, nutná improvizace, nájezd na skok v zatáčce • nedostatek parkovacích míst v areálu • místo konání akce vzdálené 200m od spodní stanice lanovky, není vidět • mrazivé počasí (-20 stupňů)

Zdroj: vlastní tvorba

Pro přehlednost a logickou strukturu se základem stala tabulka, která obsahuje prvky SWOT matice a dělí jednotlivé poznatky na čtyři skupiny (A – silné stránky, B – slabé stránky, C – příležitosti, D – hrozby). Do prvních dvou skupin byly zařazeny skutečnosti, které je možné ze strany organizátorky ovlivnit. Zbylé dvě skupiny obsahují skutečnosti, které mají trvalý charakter a nelze je změnou v organizaci ovlivnit.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Cílem výše uvedeného rozboru je vytvořit ucelený přehled nejdůležitějších aspektů závodů sestavených do logického rámce. Poznatky uvedené v tabulce se staly základem pro doporučení pro příští ročník.

3.14 Návrhy na zlepšení

Návrhy na zlepšení byly určeny pomocí rozboru, který je uveden v předchozí kapitole. Pro vytvoření návrhů na zlepšení se staly základem zejména poznatky ze skupiny B, tedy slabé stránky.

Závody Subaru XV snow session byly realizovány podle plánů a proběhly dle očekávání, samozřejmě až na menší komplikace, které doprovází každou kulturní či sportovní událost.

Řada výtek byla řečena i kameramanem z Fullfaceproduction, který má bohaté zkušenosti s obdobnými freestylovými akcemi. Doporučoval pro další ročníky lepší grafické zpracování plakátu, moderátora s větší slovní zásobou a menší časovou prodlevu mezi finálem a vyhlášením výsledků.

U plakátu byla postrádána originalita, kreativita a celkový dojem z plakátu působil neprofesionálně. Štěpán Romanov doporučil pro příští ročník oslovit studenty z grafických škol, kteří mají grafické cítění, nápady a požadují minimální honorář.

Moderátorovi Štěpán Romanov vytýkal omezenou slovní zásobu, dále absenci odborné terminologie z oblasti freestyle SKI/SNB. Připomínky k moderátorovi byly sděleny i diváky, kteří postrádali dynamičnost, humor a celkové uvolnění u moderátora. Doporučením pro příští ročník je najmutí moderátora, který disponuje zkušenostmi z freestyle SKI/SNB oblasti.

Akce by měla být dynamická, tedy bez dlouhých časových prodlev. Přestávka mezi finálem a vyhlášením by měla být maximálně 10minut a toto čekání zaplnit jinou aktivitou (např. vyhlášením divácké soutěže, best trick).

Pozornost si zaslouží také doba, po kterou jsou plakáty vylepeny. Pro příští ročník by bylo vhodné, aby plakáty na výlepních plochách a v informačních centrech, sportovních

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

obchodech, klubech a restauracích byly umístěny 14dnů před akcí. Zejména pak ve velkých městech, tedy v Hradci Králové a Liberci.

Dalším návrhem na zlepšení by mohla být spolupráce s jiným mediálním partnerem a tím snížit náklady. Pro příští ročník by bylo vhodnější spolupracovat např. s rádiem Černá hora, které požaduje nižší finanční plnění ze strany sponzorovaného.

Reklamní spot by měl být vyroben v profesionálním studiu, nikoliv v amatérském, jak tomu bylo v tomto případě. Amatérské studio nikdy nezaručí takovou kvalitu zvuku jako nahrávka vytvořená profesionály. Produkce, která zadává nebo vyrábí spot nese odpovědnost za autorská práva (např. vypořádání autorských práv za hudbu, která hraje v pozadí reklamního, sponzoringového sdělení).

Webové stránky by pro příště měly být programovány s dostatečným předstihem a pomocí programovacího jazyka HTML, nikoliv za pomocí složených fotografií, které mají www.google.com a jiné vyhledávače problém vyhledat. Design webových stránek, plakátu, letáků a šeků by měl mít jednotnou grafiku.

Pro příští ročník by bylo vhodné zapojit do propagace více médií. Forma spolupráce sponzoring nebo barter. Komunikace by byla cílena na diváky, nikoliv závodníky. Např. spolupráce se společností Freeride, jejichž webové stránky freeride.cz jsou nejnavštěvovanějšími stránkami v oblasti zimních a letních freestyle aktivit, kde by bylo vhodné domluvit bannerovou kampaň za protislužbu poskytnutí exkluzivních práv na výstupní video z akce. Komunikace by měla směřovat především na obyvatelé Královéhradeckého kraje, a to prostřednictvím regionálního tisku (Krkonošské deník, Náchodský deník, Hradecký deník, Trutnovinky a další periodika vydávaná městem, která jsou občanům poskytována bezplatně).

Dále by bylo účelné se pro další ročník pokusit využít dotací a grantů z Královéhradeckého kraje, nespolehat jen na příspěvky města.

Afterparty by měla být organizována ve spolupráci s provozovatelem hotelu, který by se měl na akci podílet především finančně. Výdaje vztahující se k afterparty by měly být poměrově rozděleny mezi obě spolupracující strany.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Další doporučení se vztahuje k dodržení harmonogramu, který v důsledku problémů s transportem technického zázemí byl posunut o hodinu a půl.

S úspěchem se nesečkala také speciální disciplína best trick, která byla dle harmonogramu zařazena mezi finále a vyhlášení a předání cen vítězům. Tato disciplína byla závodníky ignorována, a proto nebyla rozhodčími vyhlášena. Možným důvodem nezájmu mohou být tyto faktory: mrazivé počasí, pozdní hodina. Tato disciplína by v příštím roce měla být v jiném čase, tedy dříve nebo vynechána.

Pro další ročníky je důležité více spolupracovat s partnery, zajímat se o jejich požadavky a potřeby. Další možností je přizpůsobit mediální propagaci a výběr partnerských medií podle cílových skupin sponzorů. Pokud bude generálním partnerem příštího ročníku společnost Subaru s cílovou skupinou čtyřicet plus, bylo by vhodné spolupracovat s médii se starší cílovou skupinou než má rádio Evropa 2. Optimálním řešením je spolupráce s rádiem Černá hora, který je regionálním rádiem, má stejnou poslechovost/týden jako rádio Evropa 2 a požaduje nižší finanční plnění ze strany sponzorovaného.

3.15 Ročník 2013

Vzhledem k úspěšnosti akce a dobrým ohlasům byl v roce 2013 uspořádán druhý ročník závodů, kdy byly při organizaci výše uvedené poznatky aplikovány do praxe. Nutno zmínit, že doporučení byla efektivní a jejich uvedením do praxe byly eliminovány nedostatky, které doprovázely první ročník závodů Subaru XV snow session 2012.

Grafické práce, tvorbu webových stránek měl na starost zkušený grafik a programátor s dlouholetou praxí. Moderátorem se v druhém ročníku závodů stal Robin Sobek, který má řadu zkušeností z rádia i televize. Průběh závodů byl oživen o diváckou soutěž, jejíž vítěz získal vyhlídkový let nad Krkonošemi. Mediálním partnerem Subaru XV snow session se stalo rádio Černá hora, které i profesionálně vytvořilo propagační spot. Ve spolupráci s Freeride.cz byly závody propagovány na těchto největších webových freestyleových stránkách v České republice pomocí bannerové kampaně. Druhý ročník byl lepší i z hlediska logistiky, transport veškerého zázemí byl proveden den před

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

samotnou akcí, nikoliv v den konání akce, a předešlo se případnému posunutí harmonogramu z důvodu nečekaných okolností. S pronajímatelem hotelu Úpa bylo domluveno poskytnutí nejen ubytovacích prostor pro realizační tým, ale také volné konzumace ve výši 500,- Kč pro každého DJ. Ročník 2013 byl propagován v regionálních novinách – Trutnovinky, Krkonošský deník a Radniční listy Trutnova.

Závod Subaru XV snow session 2013 byl dynamický, bez časových prodlev. Disciplína best trick dle plánu nebyla zahrnuta v harmonogramu, ale nakonec dle spontánního uvážení organizátorky v den konání akce byla vyhlášena a setkala s úspěchem nejen ze strany závodníků, ale i diváků.

Z organizačního pohledu byla akce vydařená, avšak účast na afterparty oproti loňskému roku byla nižší. Divácká účast na závodech byla oproti minulému ročníku vyšší, počet zúčastněných závodníků 26.

Připomínka, která nebyla aplikována je žádost o grant pro sport, a to z důvodu pozdního vypsaní termínu podání žádosti o grant ze strany Královéhradeckého kraje.

4 Závěr

Cílem závodů bylo přilákat vysoký počet kvalitních závodníků, zajistit divácký úspěch, získat finanční prostředky, zajistit rovnováhu mezi příjmy a výdaji, vyhnout se ztrátě a případně realizovat zisk.

Dílčím cílem bakalářské práce je popsat, jak bylo postupováno při organizaci a realizaci prvního ročníku freestylových závodů Subaru XV snow session v areálu Skiport Velká Úpa. Hlavním cílem bylo navrhnout určitá doporučení pro další ročníky. Hlavního i dílčího cíle bylo dosaženo.

V teoreticko-metodologické části jsou shrnuty současné trendy v oblasti sponzoringu. Teoreticko-metodologická část odpovídá na otázky: Jaké typy sponzorství zvolit? Jaké formy spolupráce je možno nabídnout sponzorům? Jaké jsou možnosti partnerství, cíle a zásady sponzoringu?

V analyticko-praktické části je popsána samotná organizace, jednotlivé úkony jsou postupně rozepsány. V první řadě bylo důležité vytvořit projekt, který odpovídá na otázky: Kde a kdy závody uspořádat? Jaká je cílová skupina? Jaký bude program? Jaký bude rozpočet?

Pro konání závodů byl osloven lyžařský areál Skiport Velká Úpa, který disponuje nevyužitým potenciálem. Výhodou byly nejen dobré vztahy s vedením, ale i možnost zviditelnění areálu ve Velké Úpě, kde se závody takových rozměrů nikdy neorganizovaly. Termín byl stanoven v závislosti na ostatních konkurenčních závodech, cílem bylo vybrat takové datum, které by se nekrylo s jinými prestižními závody. Následně byli osloveni sponzoři, kteří byli vybráni podle hlediska podobnosti cílových skupin, osloveni byli nejen lokální společnosti, ale i nadnárodní korporace. Generálním partnerem akce se stala společnost Subaru, která investovala do sponzoringu 75 000 Kč, hlavním partnerem byla společnost Czechoslovakia spirit a.s., která investovala 10 000 Kč, hlavní mediální partner Evropa 2 zajistila propagaci v Praze a severovýchodních Čechách, dalšími partnery akce se staly tyto společnosti: Lusti, Greenhouse, Radioking, Pec pod Sněžkou, pivovar Krakonoš, Studentpoint.cz, Nova Sport, Trutnovinky.cz, Okolohradce.cz, Radniční listy Trutnova, divadlo Uffo, Freeride.cz, Snowboarders.cz,

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Boardmag.cz, Studentpoint.cz a Partyplanet.cz. Další aktivity probíhaly současně, bylo nezbytné zajistit zaměstnance, rozhodčí, moderátora, zvukaře, kameramana, fotografa, tvorbu webových stánek, grafické zpracování plakátů, letáků a diplomů, výlep plakátů, zajištění technického minima, prostoru pro konání afterparty, interprety, komunikace se sponzory a s médií atd.

Závody proběhly 11. 2. 2012 podle plánu. Jediný problém byl zaznamenán při transportu technického zázemí, kvůli těmto komplikacím, se celý harmonogram musel posunout o hodinu a půl. Do závodu se přihlásila česká snowboardová a lyžařská špička, což zajistilo skvělou podívanou. Vzhledem k tomu, že celý den byly mrazy okolo mínus dvaceti stupňů, divácká účast nebyla dle očekávání, na závody se přišlo podívat okolo sto padesáti diváků. V blízkosti skoků byly postaveny stánky Subaru a Czechoslovakia Spirit. Po skončení závodů následoval úklid veškerého technického zázemí, včetně přesunu zvukové aparatury do prostoru hotelu Velká Úpa, kde se konala afterparty. Účast na afterparty byla nad očekávání, zúčastnilo se jí okolo tři sta lidí.

Následující den bylo nezbytné informovat média o průběhu a výsledcích akce. Video ze závodů bylo dodáno do tří dnů, které bylo odvysíláno na Nova Sport a dalších partnerských médiích.

Vzhledem k tomu, že závody se konaly prvním rokem, je zde řada připomínek a námětů na zlepšení. Pro příští ročník by bylo vhodné zajistit profesionálního moderátora, který disponuje zkušenostmi. Grafické zpracování plakátů by mělo být kreativní, originální a profesionální. Výtka se vztahuje i k časové prodlevě mezi finálem a vyhlášením, doporučení pro příští rok je zkrátit tuto dobu na minimum. Pro další ročník by bylo příhodné spolupracovat např. s rádiem Černá Hora, které požaduje nižší finanční plnění ze strany sponzorovaného (v porovnání s rádiem Evropa 2). Spot do rádia by měl být nahrán výlučně v profesionálním nahrávacím studiu, aby byla zaručena kvalita. Pro příští ročník by bylo vhodné zažádat o granty na sportovní události, které poskytuje Královéhradecký kraj. Další připomínka se vztahuje k webovým stránkám, které měly být vytvořeny pomocí programového jazyka pro webové stránky HTML, nikoliv pomocí složených obrázků, které vyhledávače nemohou přečíst. Pro příští ročník by bylo vhodné se domluvit na spolupráci s pronajímatelem prostor pro afterparty, finanční

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

participace na výdajích vztahujícím se ke zvukové aparatuře a interpretům by měla být oboustranná. Další doporučení se týká harmonogramu, který by měl být striktně dodržen. K zamyšlení je i disciplína best trick, která by měla být v příštím roce vynechána nebo v jiném čase, dříve. Doporučení se vztahují i ke komunikaci s partnerem, pro zajištění dlouhodobé spolupráce by bylo příhodné, aby byl brán zřetel na potřeby, zájmy, cílové skupiny a názory partnerů.

Daná doporučení byla v druhém ročníku závodů 2013 aplikována do praxe. Díky těmto poznatkům se eliminovaly nedostatky doprovázející první ročník Subaru XV snow session 2012. V kapitole 3.15 jsou ve stručnosti popsána jednotlivá doporučení, která a jakým způsobem byla využita v druhém ročníku závodů.

Literatura

Primární zdroje

Česká republika. Zákon o regulaci reklamy. In: Č. 40/1995 Sb. 1995, č. 40. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/stavajici-pravni-predpisy/pdf/40-1995.pdf>.

Sekundární zdroje

BAĎOUROVÁ, V. *Analýza sponzorských aktivit vybraného podniku*. Brno, 2007. 73s. Diplomová práce. Masarykova univerzita.

BRUHN, M. *Sponsoring – Systematische Planung und integrativer Einsatz*. 4. vyd. Wiesbaden: Gabler Verlag, 2003. 402s. ISBN 3-409-43913-7.

CAYWOOD, C. *Public relations: řízená komunikace podniku s veřejností*. Brno: Computer Press, 2003. 600 s. ISBN 80-7226-886-4.

ČERMÁKOVÁ, S. *Sponsoring sportovní akce – cyklistických závodů Kolo pro život*. Zlín, 2010. 63s. Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně.

FORET, M. *Marketingová komunikace*. Brno: Computer Press, 2003. 274 s. ISBN 80-7226-811-2.

FORET, M. *Marketingová komunikace*. 3. vyd. Brno: Computer Press, 2011. 486 s. ISBN 978-80-251-3432-0.

JOHNOVÁ, Radka. *Marketing kulturního dědictví a umění: Art marketing v praxi*. Praha: Praha Publishing a.s., 2008. 288s. ISBN 978-80-247-2724-0.

KARLÍČEK, M., KRÁL, P. *Marketingová komunikace: Jak komunikovat na našem trhu*. Praha: Grada Publishing a.s., 2011. 224 s. ISBN 978-80-247-3541-2.

KEEGAN, W.J. a B. SCHLEGELMILCH. *Global marketing management: a European perspective*. Harlow: Prentice Hall, 2001. 610s. ISBN 9780138418267.

PELSMACKER, P., GEUENS, M., BERGH, J. *Marketingová komunikace*. Praha: Grada Publishing a.s., 2003. 600 s. ISBN 80-247-0254-1.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

PŘIKRYLOVÁ, J., JAHODOVÁ, H. *Moderní marketingová komunikace*. Praha: Grada Publishing a.s., 2010. 320 s. ISBN 978-80-247-3622-8.

SMITH, P. *Moderní marketing*. Praha: Computer Press, 2000. 518 s. ISBN 80-7226-252-1.

Internetové zdroje

KLINCEWICZ, K. Ethical aspects of sponsorship. In: *Journal of Business Ethics* [online]. Nizozemí: Kluwer Academic Publishers, 1998 [cit. 2013-04-11]. Dostupné z: <http://link.springer.com/article/10.1023/A%3A1006027601493#page-1>.

KVAPIL, M. Kalendář. *BoardMag* [online]. ©2011 [cit. 2011-09-02]. Dostupné z: <http://www.boardmag.cz/kalendar/>.

SÍTEK, J. Vše o areálu: Poloha Velké Úpy. *Skiport: Lyžařský areál Velká Úpa* [online]. © 2001 [cit. 2012-05-08]. Dostupné z: <http://www.skiport.cz>.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Přílohy

Příloha č. 1 Tabulka č. 1 Přehled konaných závodů v roce 2011

<p>LEDEN</p> <p>8.1. Opening K2 Freestyle parku v Peci pod Sněžkou</p> <p>15.1. Freeride.cz Just Ride v Deštném v Orlických Horách Nokia Freestyle Show v Bratislavě</p> <p>22.1. Freeride.cz Just Ride v Peci pod Sněžkou, Krkonoše</p> <p>29.1. Freeride.cz Just Ride, Dolní Morava Český pohár ve snowboardingu Impromat 4x4, Špindlerův Mlýn</p>
<p>ÚNOR</p> <p>5.2. Český pohár ve snowboardingu Impromat 4x4, Paprsek, Jeseníky Snowbitch Halfpipe Klínovec Opening</p> <p>12.2. Freeride.cz Just Ride, Neklid, Krušné hory</p> <p>19.2. Freeride.cz Just Ride, Špindlerův Mlýn Snowmonkeys Snowboard & Freeski contest Snowboard & freeski big air contest open, Malá Morávka, Jeseníky</p> <p>26.2. Český pohár ve snowboardingu Impromat 4x4, Ještěd</p>
<p>BŘEZEN</p> <p>5.3. Quiksilver Snowjam, Špindlerův Mlýn</p> <p>12.3. Český pohár ve snowboardingu Impromat 4x4, Pec pod Sněžkou, Krkonoše</p>

Zdroj: Boardmag.cz , tabulka – vlastní tvorba

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Příloha č. 2 Rozpočet závodů Subaru XV snow session, předpokládané výdaje

Subaru XV snow session VELKÁ ÚPA					
položka		jednotka	počet J	cena za J	celkem
Program	prize money	paušál	1	40000	40000
					40000
technika	aparatura	paušál	1	5000	5000
	vysílačky	ks	5	200	1000
					6000
reklama	výlepní plochy	paušál	1	2000	2000
	tisk plakátů, letáků	paušál	1	5000	5000
	šeky	ks	12	100	1200
					8200
zaměstnanci	rozhodčí	osoba/den	4	500	2000
	moderátor	osoba/den	1	1000	1000
	stavba/bourání	osoba/den	5	250	1000
	grafik	paušál	1	4000	4000
	kameraman	paušál	1	5000	5000
	fotograf	paušál	2	1000	1000
					14000
afterparty	DJ	paušál	1	2000	2000
	DJ	paušál	1	3000	3000
	DJ	paušál	1	2000	2000
					7000
ostatní	záchranná služba	osoba/den	3	1000	3000
	mimořádné výdaje	paušál	1	5000	5000
	účetní	paušál	1	1500	1500
					9500
Celkem					84 700

Zdroj: vlastní tvorba

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

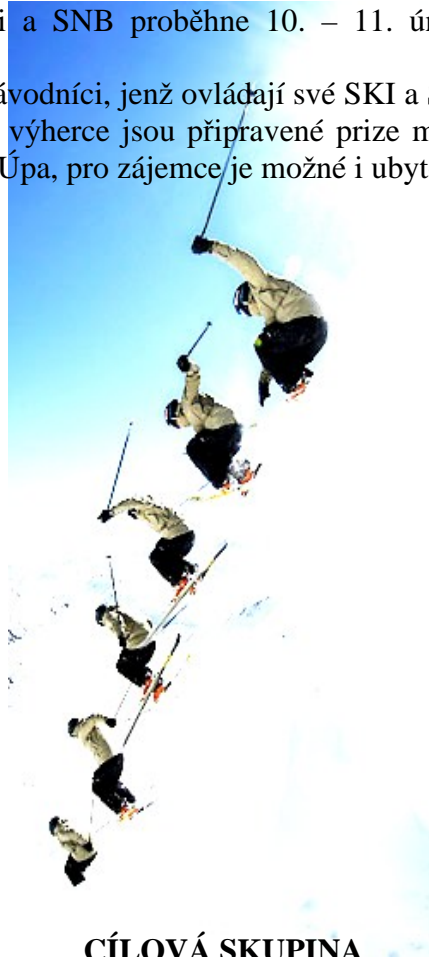
Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Příloha č. 3 Projekt Subaru XV snow session

SUBARU XV SNOW SESSION FREESTYLE SKI & SNB SKIPORT VELKÁ ÚPA

Freestylové utkání ve Ski a SNB proběhne 10. – 11. února 2012 v areálu Skiport Velká Úpa.

Profesionální i amatérští závodníci, jenž ovládají své SKI a SNB, poměří své síly na big airu přes vůz Subaru. Pro vítěze jsou připravené peníze ve výši 40 000 CZK. After party zajišťuje hotel Úpa, pro zájemce je možné i ubytování.



CÍLOVÁ SKUPINA

Cílovou skupinou jsou mladí lidé ve věku 15 – 38. Akce *Freestyle SKI & SNB* je primárně určena pro obyvatele Královehradeckého kraje. Účast přislíbili závodníci z celé České republiky. Očekávaná účast: 30-40 závodníků SKI & SNB.

FLUKTUACE AREÁLU SKIPOINT VELKÁ ÚPA

1000 návštěvníků/den

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

ČASOVÝ HARMONOGRAM

Pátek – Warm up day

10.00 Race office open – registrace jezdců
10.00 Oficiální trénink
16.00 Konec tréninku
17.00 Konečná úprava trati na závodní den
18.30 Uzavření race office

Sobota – Competition day

8.00 Race office open – registrace opozdělých jezdců
9.00 Oficiální trénink
10.00 Uzavření race office
10.15 Konec tréninku
10.30 Začátek závodu – kvalifikace
14.30 Finále
15.30 Best trik
16.00 – 17.00 Oficiální ukončení závodu s vyhlášením a předáním cen
20.00 - ?? After party – Dj Katcha, RH Funkiss – Robin Sobek, Dj Jirka Kadlec

Rozhodčí

Lucie Janouchová – mistryně ČR v U-rampě
Jan Zajíc
Jaroslav Fantura
Marin Ďuriš
Michal Peč

Moderátor

Petr Vávra



VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

MEDIÁLNÍ PODPORA

Nova Sport
Evropa 2
Trutnovinky.cz
Okolohradce.cz
Radniční listy Trutnova
Uffo
Freeride.cz
Snowboarders.cz
Boardmag.cz
Studentpoint.cz
Partyplanet.cz
Časopis Subaru – 9000 výtisků

Úvodní video

krátké a vtipné, obsahuje loga sponzorů, součástí pozvánky na *Freestyle SKI & SNB*

SPONZORING

Generální partner : Subaru

Hlavní partner : Hruškovice Fleret

Pec pod Sněžkou
Pivovar Krakonoš
Greenhouse, Trutnov
Radioking
Lusti

Autorem projektu je Denisa Štuláková - fyzická osoba, která má veškeré kompetence.



VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Příloha č. 4 Uveřejněné články Subaru XV snow session

Článek č.1

Subaru XV snow session

Dostala se k nám informace, že v sobotu 11. 2. 2012 proběhne ve skiareálu [Skiport Velká Úpa](#) freestyle závod [Subaru XV snow session](#). Akce je novým počinem na poli zimní freestyle scény a protože jde o první ročník, organizátoři se očividně ze všech sil snaží vytvořit netypický závod zajímavý hned v několika směrech. Pojdme se podívat, na co se můžou rideři a návštěvníci těšit.

Tak zaprvé se vedle sebe na start postaví závodníci SNB a SKI. Je obecně známo, že lyžníci i prknaři mají mírně rozdílný požadavky na shape kickeru. Na to organizátoři mysleli, a proto na výběr budou dva kickery doplněný jedním railem v úvodu.

Další, a to hodně peprnou záležitostí je fakt, že na tablu bude parkovat novinka od generálního partnera závodů nové Subaru XV. Kdo má trochu představivosti, tak už mu určitě došlo, že se jezdci nebudou smět bát to tam poslat, aby neskončili na střeše nového [Subaru](#).

Odměnou vítězům bude nejen hřejivý pocit z umístění na bedně a zviditelnění vlastní osoby v očích sponzorů. Ale hlavně prizemoney v celkový hodnotě 40 000CZK. Když už jsme u těch peněz, tak cena za start není nijak nastřelená. Dvoudenní lítačka se startovním 350CZK, jednodenní ježdění se startovním 250CZK.

Pro závěrečnou afterparty poskytl azyl hotel Úpa, kde se konaly akce, jako například afterparty Marosana 4down. Kdo zná, ten ví. Kdo nezná, jistě rád pozná. Těšit se můžete na DJku Katchu, RH Funkiss a DJ Jirku Kadlece.

Bližší info na www.SubaruXVsnowsession.cz nebo www.subaru.cz .

Autor: Vojtěch Kulhánek

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Článek č.2

Subaru XV snow session

Baví Vás freestyle SKI a SNB? Jezdíte na prkně nebo lyžích nebo prostě jen rádi koukáte na dech-beroucí kousky profesionálních jezdců? Jestli vaše odpověď zní ANO, pak zbystřete!

Druhý víkend v únoru proběhne ve ski-areálu Skiport Velká Úpa velkolepá sportovní událost, která se v české kotlině jen tak nevidí. Akce s názvem [Subaru XV snow session](#) je otevřená pro všechny jezdce na SNB i FreeSKI ze všech koutů ČR, kteří se nebojí se do toho pořádně opřít. Pro jezdce bude připraven vymazleně upravený park, kde bude v úvodu jeden rail a pod ním dva kickery, zvlášť pro SKI a zvlášť pro SNB. Ovšem POZOR! Abychom posunuli level ještě o kousek výš, bude na tableu pod oběma airy parkovat nový model [Subaru XV](#)! Jezdci tak budou poletovat a dávat triky přímo nad tímto jedinečným vozem.

V den závodů 11. 2. 2012 bude na svahu vyhrávat muzika, budou zde připraveny stánky s občerstvením a všechno co k takové akci patří. Odborná porota složená ze jmen jako Lucka Janouchová (mistryně ČR v U-rampě) rozhodne o vítězích v každé kategorii, kteří si mezi sebou rozdělí prize-money v hodnotě 40 000 CZK a věcné ceny!

Závěrečná afterparty se bude konat na [hotelu Úpa](#), kde to pořádně rozjedou DJ-Katcha, RH Funkiss a DJ-Jirka Kadlec. Pro více informací neváhejte navštívit web akce www.SubaruXVsnowsession.cz, nebo nás najdete také na [facebooku](#). Přijďte si zazávodit, nebo se jen podívat a podpořit jezdce do Velké Úpy. Rozhodně si užijete super víkend plný zábavy, sněhu a párty.

Autor: Vojtěch Kulhánek

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Příloha č. 5 Report Subaru XV snow session uveřejněný v médiích

Subaru XV snow session, Skiport Velká Úpa, 10. – 11. 2. 2012

Krakonoš je jistojistě příznivcem FREESKI a SNB, protože počasí na akci Subaru XV snow session zajistil naprosto luxusní. Kdo si udělal čas a do Úpy dorazil, tak může potvrdit, že akce to byla doopravdy vydařená.

Začátkem minulého týdne se ve skiareálu Skiport Velká Úpa spustily přípravy dopadu a následně skoků. Mezi penziony Modřín a Šimral vznikly dva skoky, větší z nich s tablem 16 m a jeden menší s tablem 10 m. Na shapu skoků bylo znát, že se při jejich tvorbě angažovali hlavně vyznavači SKI. Ovšem nakonec po menších kosmetických úpravách se s nimi i SNB rideři statečně poprali.

Brány parku se pro první natěšence otevřely už v pátek, a tak kdo přijel, mohl se za neustálého opalování pod horským sluncem těšit z pohodového jamu. V sobotu ráno ke skokům vyjely dva vozy Subaru, jako by se nechumelilo, a po celou dobu tréninku parkoval nový model Subaru XV na tablu pod big-aiem. O muziku na svahu se celý den staral Dj Jirka Kadlec.

Kvalifikace probíhala formou jamu, z celkových 30-ti závodníků postoupilo 12 do finále. Finalisté jeli 4 jízdy, ze kterých se 2 nejlepší počítaly.

Trochu smutnou skutečností je, že se do závodu nepřihlásila jediná riderka na SNB. S osazenstvem lyžařek to bylo o chlup lepší. Teprve 18-ti letá riderka Isabela Kyselová byla v contestu Subaru XV snow session jedinou zástupkyní ženské kategorie SKI a spolu s gratulací za první místo jí patří i respekt.

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Umístění v kategorii chlapů vypadalo následovně:

SKI

1.místo: Marek Skála

2.místo: Dan Hanka

3.místo: Honza Balcar

SNB

1.místo: Honza Nečas

2.místo: Martin Mikyska

3.místo: Honza Doležal

Afterparty na hotelu Úpa se stejně jako celý závod nesla ve znamení pohody. Pro spoustu přítomných byla celkem zklamáním skutečnost, že Dj Katcha nakonec nedorazila kvůli zamrzlé naftě v nádrži. Nicméně se hraní chopili RH Funkiss a Dj Jirka Kadlec a po klidnějším rozehřívacím začátku to rozjeli v rytmech D'n'B a párty jela až do ranních hodin.

Doufejme, že podobných akcí bude víc a těšíme se na další ročník!

Autor článku: Vojta Kulhánek

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Příloha č. 6 Report pro Subaru

SUBARU XV SNOW SESSION SNB & FREESKI CONTEST SKIPOINT VELKÁ ÚPA

Profesionální i amatérští závodníci, jenž ovládají své SKI a SNB, poměřili své síly na big airu přes vůz Subaru 10. – 11. února 2012 v areálu SKIPOINT VELKÁ ÚPA. Table 16m a prize money ve výši 40 000 CZK zajistily účast české SKI a SNB špičky (Marek Skála, Jan Nečas, Martin Mikyska, Jan Zajíc atd.)



FULLFACEPRODUCTIONS



VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU






Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

MONITORING

TELEVIZE

TV Nova sport

Termíny vysílání videoreportu, pořad Element:

Element (75)	středa 22.2.2012	18:40		Nova sport
Magazín o extrémních sportech				
Element (75)	čtvrtek 23.2.2012	10:45		Nova sport
Magazín o extrémních sportech				
Element (75)	pátek 24.2.2012	15:40		Nova sport
Magazín o extrémních sportech				
Element (74)	sobota 25.2.2012	11:45		Nova sport
Magazín o extrémních sportech				
Element (75)	neděle 26.2.2012	15:40		Nova sport
Magazín o extrémních sportech				

Element - novinky:

TV pořad Element patří v současné době do TOP10 sledovanosti Nova Sport s 1.850.000 předplatiteli z ČR a SK. Sledovanost jednoho dílu je cca. 50.000 diváků na Nova sport. Mimo televizní vysílání běží Element každý den 8x na 375 LCD obrazovkách na základních a středních školách. Dále je archiv pořadu uložen ve vlastní záložce na serveru Freeride.cz, který je největším serverem na poli adrenalinových webů v ČR. Návštěvnost je 10.000/denně a má 15.000 aktivních fanoušků na Facebooku. Od března 2012 bude archiv uložen také na serveru Tiscali.cz v naší nové rubrice 4elements.cz, která bude po boku Doklubu.cz, Games.cz, Osobnosti.cz, Sportstream.cz a např. i Uschovna.cz a Ulozto.cz sloužit jako rozcestník o extrémních sportech pro širokou veřejnost.

TV Nova sport, videoreport 2min 44vteřin, záběry areálu Skiport Velká Úpa, logo areálu zobrazeno ve videu 5vteřin. Sledovanost premiéry + 4 x reprízy celkem 250 000 diváků.

Celková měřitelná hodnota

170 000 CZK

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

ROZHLAS

Rádio Evropa 2

Spot ve znění „Nové Subaru přiváží freestylové závody Subaru XV snow session. Profesionální i amatérští závodníci, jenž ovládají své lyže a prkna, poměří své síly na big airu přes vůz Subaru v areálu Skiport Velká Úpa 11. února. Prize money 40 000 Kč, afterparty v hotelu Úpa, DJ Katcha. Více na subaruxvsnowsession.cz a subaru.cz.“

Praha + střední Čechy: 52 spotů	226 588 CZK
Východní Čechy (hradecko + pardubicko): 102 spotů	54 158 CZK
Celková měřitelná hodnota	280 747 CZK

TIŠTĚNÁ MÉDIA

Trutnovinky

Velkolepá Snow Session ve Velké Úpě

VELKÁ ÚPA - Baví vás freestyle ski a snowboard? Jezdíte na prkně nebo lyžích, nebo prostě jen rádi koukáte na dechberoucí kousky profesionálních jezdců? Jestli vaše odpověď zní ano, pak zbystřete. O víkend proběhne ve skiareálu Skiport Velká Úpa velkolepá sportovní událost, která se v české kotlině jen tak nevidí.

Akce s názvem Subaru XV Snow Session je otevřená pro všechny jezdce na SNB i FreeSKI ze všech koutů ČR, kteří se nebojí se do toho pořádně opít. Pro jezdce bude připraven vymazleně upravený park, kde bude v úvodu jeden rail a pod ním dva kickery, zvláště pro SKI a zvláště pro SNB. Ale pozor! „Abychom posunuli level ještě o kousek výš, bude na tablu pod oběma



airu parkovat nový model Subaru XV. Jezdci tak budou poletovat a dávat triky přímo nad ním.“ lákají pořadatelé.

Zítra bude na svahu vyhrávat muzika, budou zde připraveny stánky s občerstvením a všechno, co k takové akci patří. Odborná porota složená ze jmen jako Lucka Janouchová (mistryně ČR v U-rampě) rozhodne o vítězích, kteří si mezi sebou rozdělí prize-money v hodnotě 40 000 korun a věcné ceny. Závěrečná afterparty se bude konat na hotelu Úpa, kde to pořádně rozjedou DJ-Katcha, RH Funkiss a DJ-Juka Kadlec. Dnes je na programu od 16 hodin trénink, start ztíženější kvalifikace je v 10.30, finále vypukne ve 14.30 a soutěž o nejlepší trik v 15.30 hodin. (tkt)

inzerce

Trutnovinky, zadní strana 10,7x14cm	5 000 CZK
Radniční listy Trutnova, zadní strana 5,4x7cm	2 000 CZK
Celková měřitelná hodnota	7 000 CZK

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

INTERNET

Články

<http://www.boardmag.cz/akce/cesko/subaru-xv-snow-session.html>
<http://www.boardmag.cz/akce/cesko/ohlednuti-za-subaru-xv-snow-session-ve-velke-upe.html>
<http://www.czechoslovakspirit.cz/index.php?page=15&replace=123>
<http://www.facebook.com/pages/SUBARU-XV-SNOW-SESSION/268805136513334>
<http://www.freeride.cz/ski/clanky/report/subaru-xv-snow-session--13761/>
<http://www.freeride.cz/ski/foto/subaru-xv-snow-session-fotogalerie--13762/>
<http://www.freeride.cz/snowboard/novinky/zajimava-akce-subaru-xv-snow-session-ve-velke-upe-se-blizi--13670/?comm.pagenumber=0rss/rss/rss/rss/>
<http://www.icm-hnizdo.cz/?strana=2>
<http://www.krakonosovokralovstvi.cz/akce-detail.php?id=1328523519>
<http://www.kralovehradeckenovinky.cz/style=print/zpravy/sport/velka-upa-subaru-xv-snow-session-uz-11--unora/>
<http://www.lyzovani.cz/detail-akce/subaru-xv-snow-session-velka-upa-663.html>
<http://m.kralovehradeckenovinky.cz/zpravy/sport/velka-upa-subaru-xv-snow-session-uz-11--unora/>
<http://www.okolohradce.cz/clanky/9104-subaru-xv-snow-session.html>
<http://pokr.webnode.cz/svobodsky-obcasnik/>
<http://www.prvnizpravy.cz/style=default/zpravy/sport/velka-upa-subaru-xv-snow-session-uz-11--unora/>
<http://skiport.cz/akce/>
<http://skiport.cz/fotogalerie/subaru-xv-snow-session>
<http://snowboarders.cz/novinky/219-subaru-xv-snow-session>
<http://snowboarders.cz/novinky/224-subaru-xv-snow-session-report>
<http://skiport.cz/akce-subaru/>
<http://snowboarders.cz/novinky/225-subaru-xv-snow-session-photo-report>
<http://www.studentpoint.cz/235-xsport/5477-subaru-xv-snow-session/#.T0kUIYcf5Vh>
<http://studio.ctvrta.cz/>
http://www.subaru.cz/novinky_modely_2012.html
<http://subaruxvsnowseshion.cz/about.html>
<http://www.trutnov.cz/modules/calendar/detail.php?id=298>
<http://www.trutnovinky.cz/index.php?gid=31958>
<http://www.trutnovinky.cz/index.php?gid=32025>

Teaser

<http://www.youtube.com/watch?v=WZvLUfXbm5k&feature=fvsr>

Videoreport

<http://www.youtube.com/watch?v=nM12zLGGHFM>

Celková měřitelná hodnota

50 000 CZK

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Plakát



SUBARU XV SNOW SESSION

10. - 11.2. 2012 | SKIPOINT VELKÁ ÚPA
SNOWBOARD | FREESKI CONTEST
BIG AIR OVER SUBARU | RAIL JAM
PRIZE MONEY 40.000CZK
AFTERPÁRTY NA HOTELU ÚPA
RH FUNKISS
DJ KATCHA

10.2.2012
WARM UP DAY
RACE OFFICE OPEN 10:00
TRÉNINK 10:00
KONEC TRÉNINKU 16:00

11.2.2012
COMPETITION DAY
RACE OFFICE OPEN 8:00
TRÉNINK 9:00
UZAVŘENÍ RACE OFFICE 10:00
KVALIFIKACE 10:30
FINÁLE 14:30
BEST TRICK 15:30
AFTER PÁRTY 20:00

EVROPA 2

 SubaruXVSnowSession.cz  [Subaru XV snow session](https://www.facebook.com/SubaruXVsnowsession)

 **SUBARU**
NOVÉ XV

czechoslovak
SPIRIT

 **board**   [STUDENT
POINT.CZ](http://STUDENTPOINT.CZ)  okolohradce.cz  **LUSTI**
ski & snowboards  **FULLFACEPRODUCTIONS**  Pec pod Sněžkou

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Celkový náklad – 150 ks plakátů velikost A2, 1500 ks letáčků velikost A6

Plakáty, letáčky	5 600 CZK
Web, facebook.com, youtube.com	5 000 CZK
Celková měřitelná hodnota	10 600 CZK

CELKOVÁ ODHADNUTÁ MĚŘITELNÁ HODNOTA INZERCE 518 347 CZK.



Zdroj: vlastní tvorba

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Příloha č. 7 Příjmy Subaru XV snow session

Subaru snow session VELKÁ ÚPA					
kapitola	položka	jednotka	počet		celkem
			J	cena za J	
program	startovné	ks	30	200	6000
	občerstvení	paušál	1	2000	2000
					8000
reklama	Subaru	paušál	1	75000	75000
	Czechoslovakia spirit	paušál	1	10000	10000
	Pec pod Sněžkou	paušál	1	3000	3000
					88 000
celkem					96 000

Zdroj: vlastní tvorba

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Příloha č. 8 Výdaje Subaru XV snow session

Subaru snow session VELKÁ ÚPA					
kapitola	položka	jednotka	počet J	cena za J	Celkem
program	prize money	paušál	1	38000	38000
					38000
technika	aparatura	paušál	1	5000	5000
	vysílačky	ks	5	0	0
					5000
reklama	výlepní plochy	paušál	1	0	0
	tisk plakátů, letáků	paušál	1	4800	4800
	šeky	ks	12	100	1200
	rádio	paušál	1	25454	25454
					31 454
zaměstnanci	rozhodčí	osoba/den	4	500	2000
	moderátor	osoba/den	1	1000	1000
	stavba/bourání	osoba/den	3	250	750
	grafik	paušál	1	4000	4000
	kameraman	paušál	1	4000	4000
	fotograf	paušál	2	1000	1000
					12750
afterparty	DJ	paušál	1	1500	1500
	DJ	paušál	1	1800	1800
					3300
ostatní	záchranná služba	paušál	1	1500	1500
					1500
celkem					92 004

Zdroj: vlastní tvorba