

MARKETING U EVROPSKOM FUDBALU

Sa aspekta sportskih organizacija, marketing treba posmatrati kao važnu poslovnu funkciju, "obuhvata sve aktivnosti koje su neophodne da se identifikuje, anticipira i zadovolji tražnja uz ostvarenje ciljeva poslovanja". Više od polovine sredstava sportski kolektivi obezbeđuju marketing aktivnostima. Zbog toga, upravljanje marketing aktivnostima u sportskim organizacijama zahteva efikasnu kombinaciju elemenata kao što su: proizvod (sportski rezultat), cena, distribucija (prodaja) i promocija. Navedeni elementi treba da su sadržani u celini ponude koje sportske organizacije nude celokupnoj sportskoj javnosti i profitnim organizacijama.

Fudbal, ona evropski, koji su izmislili englezi pre skoro dva veka, je samoreklamirajući se dostigao takav vrhunac, da mu na popularizaciji više ništa nije potrebno. U svetu, to je najgledaniji sport, definitivno. On ne mora da se bori za nova tržišta, jer je on prisutan svuda, "najvažnija sporna stvar na svetu". Fudbal ja kao biznis dostigao jedan nivo, ukome marketing znači samo uvećavanje zarade i to je dobro primetno u gotovo svim jačim, ali i slabijim ligama sveta. Fudbalski klubovi su vezani za gradove, u njima postoji veliki broj navijača, gotovo fudbalskih fanatika koji prate svoje klubove i za to su spremni da isplate velike količine novca. Najbolji primer je Engleska, ali u poslednje vreme i Nemačka. Bez nekog većeg marketinga, fudbal se prati i sami navijači dolaze na stadione. Druga je, malo, priča sa slabijim ligama, gde neodgovarajuća infrastruktura i relativno slab fudbal ne privlači navijače, pa se u takvim situacijama marketing okreće ka njihovom privlačenju, gotovo na sve načine. Ono čimu se gravitira su osvećanja navijača prema svome klubu. Izaziva se emocija, puštanjem navijačkih pesama, prikazu sa punih stadiona, al ii vezivanju za pojedine, bivše ili sadašnje igrače. Veliki problem koji postoji u fudbalu, na osnovu toga je huliganizam, koji je u stvari samo odraz tog fanatizma, pa u društvu postoji identifikacija sa klupskim navijačima, koji ide dotle da se više voli svoj klub nego sam reprezentacija. Poslednjih nekoliko godina, oglašavanje i kampanje su išle u tom smeru. Pozivalo se na navijanje, ali korektno, fer i samo za svoj klub.

Imidž kluba je predstava o njemu, njegovim sportskim uspesima kao i njegovo pozicioniranje u svesti ljudi iz užeg i šireg okruženja. Sa aspekta marketinga imidž sportske organizacije ili vrhunskog sportiste može biti transferisan ka nekoj profitnoj organizaciji koja želi bolju poziciju svojih proizvoda na tržištu. Isto tako preko imidža sportske organizacije mogu se promovisati proizvodi profitne organizacije. Sportska marka - ime, simbol, dizajn ili njihova kombinacija može se putem licencnog ugovora ustupiti profitnim organizacijama ili marketing agencijama. Profitne organizacije proizvode robu sa aplikacijama sportske marke ili marke koriste u propagandne svrhe. Na osnovu ovga se i razvija marketing. Najbolji primer je skori dolazak jednog od najboljih svetskih fudbalera, Cristiano Ronaldo, koji je iz Man Uni, prešao u Real Madrid, i gde je samo za nekoliko dana prodaja dresova sa njegovim imenom porasla za neverovatnih 300 posto. Ne možemo se oteti utisku da je u pitanju pored fudbala jedan veliki biznis, koji prati sport, ali koji može i negativno da utiče na same rezultate, jer ipak je sport

---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU

WWW.MATURSKI.NET ----

[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](#)

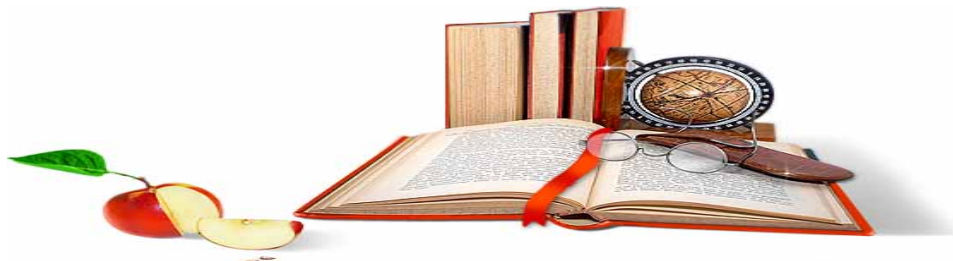
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA

RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.

WWW.SEMINARSKIRAD.ORG

WWW.MAGISTARSKI.COM

WWW.MATURSKIRADOVI.NET



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com

