

OBSAH

ÚVOD.....	5
1 ŠPORT A JEHO POSTAVENIE V SPOLOČNOSTI	7
1.1 TRI SEKTORY ŠPORTU	14
1.2 ŠPORT VO SVETE A NA SLOVENSKU.....	18
1.2.1 Globalizácia a jej vplyv.....	24
1.1.1 Národné športové systémy v Európe.....	29
1.2.2 Športové kluby a ich postavenie	37
1.2.3 Práca s mládežou	44
1.2.4 Príjmy v športe	51
1.3 ZHRNUTIE - ŠPORT A JEHO POSTAVENIE V SPOLOČNOSTI.....	62
2 MARKETING AKO NÁSTROJ STRATEGICKÉHO MANAŽMENTU V ŠPORTE.....	65
2.1 NOVÉ PRVKY ŠPORTOVÉHO MARKETINGU	79
2.2 SPOLOČENSKÁ ZODPOVEDNOSŤ ŠPORTOVÝCH ORGANIZÁCIÍ.....	84
2.3 ZHRNUTIE - MARKETING AKO NÁSTROJ STRATEGICKÉHO MANAŽMENTU V ŠPORTE.....	93
3 STRATEGICKÝ MANAŽMENT V ŠPORTE.....	95
3.1 MANAŽMENT V ŠPORTE.....	97
3.2 PROCES STRATEGICKÉHO MANAŽMENTU A JEHO APLIKÁCIA V PODMIENKACH ŠPORTU.....	104
3.3 PODPORA ROZHODOVANIA V ŠPORTE	114
3.3.1 Systém riadenia kvality	118
3.3.2 Informačné technológie.....	120
3.4 MODEL STRATEGICKÉHO RIADENIA ŠPORTOVÝCH KLUBOV	122
3.4.1 Zainteresované strany procesu strategického riadenia športových klubov	127
3.4.2 Proces strategického riadenia športových klubov	137
3.4.3 Kritické miesta procesu strategického riadenia športových klubov	144
3.4.4 Implementácia procesu strategického riadenia športových klubov	153
3.5 ZHRNUTIE - STRATEGICKÝ MANAŽMENT V ŠPORTE.....	154
ZÁVER.....	157
ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY.....	158
ZOZNAM OBRÁZKOV	183
ZOZNAM TABULIEK.....	185