

Obsah

O autorech	9
Předmluva	13
1 Sport a společnost, sport jako sociální a ekonomický fenomén, úvod do problematiky	15
Definice sportu a rozdíl oproti širší realitě	16
Ekonomická definice sportu a sportovní oblasti	18
Taxonomie ekonomiky sportu	18
Sport a veřejný zájem	20
Koncept veřejného zájmu	21
Sport jako společenský fenomén v průběhu času	25
Proměny významu sportu v historii	26
Sportovní průmysl	32
Závěr: Budoucnost sportovního průmyslu	34
Literatura	34
2 Sport a právo	37
Propojení sportovního managementu a práva	38
Právní prostředí sportu	40
Základní právní rámec sportu v ČR a EU	41
Vnitrostátní právní úprava	41
Autonomní regulace sportovních organizací	43
Mezinárodní dokumenty a sportovní politika	43
Aktéři normotvorby a konflikty v paralelních systémech	44
Regulatorní omezení a specifické požadavky pro sportovní organizace	45
Právní formy sportovních organizací	46
Neziskové právní formy	47
Podnikatelské právní formy	49
Specifika volby právní formy	52
Vlastnické a majetkové vztahy ve sportovních organizacích	54
Manažer ve sportovní organizaci	55
Role, pravomoci a odpovědnost manažera	56
Postavení manažera v různých právních formách	58
Rozhodovací procesy v závislosti na organizační struktuře	59
Etická a právní dilemata výkonu funkce	61

Řízení sportovní organizace	62
Propojení sportovních a ekonomických cílů	62
Řízení financí, lidských zdrojů a smluvních vztahů	63
Spolupráce s partnery a sponzory	65
Řízení sportu na lokální a komunitní úrovni (rekreační sport)	66
Příklady z praxe	67
Místní amatérský klub	67
Profesionální klub	69
Podnikatelský subjekt poskytující služby ve sportu	70
Závěr	72
Literatura	74
3 Sport a finance	79
Vícezdrojové financování sportu	81
Vlastní příjmy	82
Členské příspěvky a poplatky	83
Příjmy ze sportovní činnosti	85
Dary 87	
Sponzorské příspěvky	88
Příjmy z prodeje vysílacích práv	89
Profesionalizace a monetizace sportu	90
Transferové příjmy	92
Role státního rozpočtu	93
Role Národní sportovní agentury	97
Role územních samosprávných celků	102
Dotační problematika z pohledu příjemců	106
Některá finanční specifika sportovních subjektů	110
Účetnictví sportovních klubů	111
Daňové povinnosti sportovních klubů	112
Závěr	114
Literatura	115
4 Sport a marketing: Informace, média, public relations, zvyšování popularity	117
Smysl, teorie a praxe marketingu	118
Obecná teorie marketingu	118
Marketingový mix	122
Dělení marketingu podle oblastí	123
Sport jako (specifické) tržní prostředí	124
Státní zájem a sportswashing	124
Sportovní marketing v profesionálním sportu	127
Marketing ve výkonnostním a rekreačním sportu	129
Závěr	130
Literatura	131

5 Sport a veřejný zájem	133
Obecné dopady konceptu veřejného zájmu	133
Důsledky pro sport a sportovní průmysl	136
Závěr	137
Literatura	138
6 Sport a děti	139
Veřejná pomoc dětskému sportu	144
Závěr	145
Literatura	146
7 Sport a management: Význam managementu ve sportu, vedení klubů, agenti, promotéři	147
Management ve sportu	147
Odlišnost manažerů	148
Odlišnost činnosti	149
Nacházení specifik	150
Sportovní management jako specifický studijní obor	151
Merchandising jako příklad sportovního průmyslu	152
Vznik sportovního průmyslu	153
Sport jako podnikatelská příležitost	154
Sport jako reklamní nosič ve světě ambush marketingu	155
Závěr	157
Literatura	158
8 Sport a etika	159
Etika sportu	159
Etika řízení sportovní organizace	161
Etika podnikání ve sportu	165
Sportovec jako vzor versus doping	166
Sportovec podnikatel	166
Závěr	167
Literatura	168
Doslov	169
Shrnutí	171
Summary	173
Rejstřík	175
Seznam grafů a tabulek	181