

POSUDEK VEDOUcíHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno studenta/studentky: Novotná Tereza

Název práce: Aktivace sponzoringu v softbalovém klubu v Praze

Cíl práce: Cílem práce je vytvořit modelové návrhy aktivací sponzoringu pro vybrané sponzorské partnery softbalového klubu v Praze

Celkové hodnocení práce:

podprůměrná průměrná nadprůměrná (uved'te)

Celková náročnost práce	Nadprůměrná
Praktická využitelnost zpracování	Nadprůměrná

Díličí kritéria hodnocení práce:

výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující (uved'te)

Přístup studenta k závěrečné práci	Výborně
Stupeň splnění cíle práce	Výborně
Logická stavba práce	Výborně
Rozsah a relevance teoretické části	Výborně
Relevance literárních zdrojů a způsob jejich citování	Výborně-velmi dobře (viz připomínky)
Adekvátnost použitých metod	Výborně – velmi dobře (viz hodnocení)
Rozsah, hloubka a preciznost výsledků práce	Výborně – velmi dobře (viz hodnocení)
Formální úprava práce	Výborně
Gramatika a stylistika	Výborně-velmi dobře (viz připomínky)

Kontrola originality textu závěrečné práce:

Stav kontroly na plagiáty (SIS)	7 %
Stav kontroly Turnitin (SIS)	10 %
Slovní komentář	Shoda v citacích a dokumentech pro etickou komisi, výzkum autorský

Hodnocení práce:

Diplomová práce v rozsahu 102 stran textu, 7 grafů, 6 obrázků, 22 tabulek, 5 příloh zpracovává tematiku aktivací sponzoringu pro sportovní klub. Specificky se pohybuje v oblasti softbalu a baseballu.

Diplomová práce má logickou strukturu v prezentovaných kapitolách. Předložené části se vztahují k řešení tématu. Diplomová práce je rozdělena do 8 kapitol, kdy hlavní přínos autora tvoří analytickosyntetická část (kap. 6), diskuze (kap. 7) a závěr (kap. 8).

V úvodu autorka prezentuje stručně popularitu softballu v České republice a výběr tématu vzhledem k jeho problematickým řešením v praxi. Po vyjádření etické komise zcela anonymizuje název softbalového klubu.

Kapitola 2 Teoretická východiska jsou prezentována na 21 stranách stran diplomové práce. Autorka zde rozebírá sponzoring, formy sponzoringu a jejich plnění, přístupy společností ke sponzoringu. Dále se věnuje sponzoringu softbalu, trendům marketingové komunikace obecně i

v marketingu sportu a v poslední části samotné aktivaci sponzoringu ve sportu. Za zvlášť přínosnou považují část hodnocení využívání sponzoringu v softbalu ve světě a v České republice, kdy autorka využívá rešerše literatury s tímto tématem. Dále i pasáž o attributech a přínosech sponzoringu, který zahrnuje nové pohledy na sponzoring a marketingovou komunikaci.

Strukturu teoretických východisek vidím jako vhodně zvolenou a aktuální. Autorka poukazuje na možné aplikace a jejich zvláštnosti do softbalu ev. do sportu. Teoretická východiska jsou bohatě podložena bibliografickými zdroji a autorka je komentuje z hlediska využití v samotné práci a prezentuje zde i své názory.

Cíl diplomové práce v kap. 3 je stanoven jasně a srozumitelně. Úkoly jsou zpracovány podrobně a vyplývá z nich logika řešení práce.

V kapitole 4 Metodika práce (6 stran) prezentuje přehledně autorka kombinaci metod, kterou využívá. Je to analýza dokumentů a polostrukturovaný rozhovor. Mimo uvedené zde řeší autorka i výzkumný soubor pro kvalitativní výzkum. Autorka použila polostrukturovaný rozhovor pro dotazování manažera klubu a specialisty na sponzoring. Pro účely výzkumu byla použita metoda dotazování sponzorů, z textu není zřejmé, zda šlo o osobní či elektronické dotazování. Nicméně pro všechny typy dotazování uvádí v kapitole operacionalizace. Přepisy z prvních dvou rozhovorů uvádí v příloze, výsledky z rozhovorů se sponzory jsou uvedeny v kapitolách 5.2.1.- 5.2.6.

V kapitole 5 ((10 stran) autorka analyzuje současný stav sponzoringu v softbalovém klubu. V první části analyzuje webové stránky a sociální sítě. K webovým stránkám není žádné shrnutí autorky o jejich kvalitě, pouze směrem k partnerům uvádí autorka na s. 44 komentáře. V další části autorka analyzuje spolupráci se současnými partnery. Tuto část vztahující se svým obsahem k naplnění cíle práce považují za zdařilou.

Jádro práce tvoří analyticko-syntetická kapitola 6 (42 stran práce), která navazuje na výsledky analýzy a předkládá výběr pěti budoucích partnerů a zahrnuje pro ně samotný návrh pěti aktivit. Autorka zde předkládá i seznam benefitů po konzultaci s marketingovou manažerkou pro uplatnění v klubu a využívá ho v návrhu samotných aktivit. Další část kapitoly je věnována identifikaci cílových skupin sponzorů. Výběr je proveden logicky s návazností na znalosti prostředí softbalového sportu. Přestože na s. 63 autorka hovoří o projektech, sama uvádí, že nesplňují podmínky projektového managementu, a to především v rozpracování financí, proto by bylo lépe se tomuto pojmu vyhnout. V další části popisuje podrobně vybrané firmy pro aktivaci, jejich hodnoty a marketingovou filosofii, které lze využít v aktivaci. Na závěr této subkapitoly autorka přehledně shrnuje východiska pro aktivaci sponzoringu jednotlivých firem. V subkapitole 6.5. není někdy u závěrečných benefitů zřejmé o co konkrétně běží, některé benefity by šlo spojit (např. s. 75 – popularita softbalu a baseballu v důsledků přilákání nových návštěvníků areálu), některé se mi zdají nadbytečné (viz např. s. 76 – benefity sponzora: spojení s podporou rekreačního sportu, sportu handicapovaných a pohybem venku – spíše akce CSR). Stručnost v benefitech se podepisuje na srozumitelnosti (např. s. 79, 80 – jde zřejmě o zviditelnění firmy na soukromých účtech hráčů). Samozřejmě pro další vývoj spolupráce s firmami by bylo nutné jednotlivé náměty pro aktivace s nimi společně posoudit. Autorka v této pasáži prokazuje nejen znalost softbalového prostředí, ale i kreativitu a nápaditost při řešení aktivit sponzoringu pro navržené firmy.

Kapitola 6. je věnována diskuzi (4 strany), kde autor diskutuje nad výsledky a limity práce. Diskuze je pojata logicky k jednotlivým částem práce, která je zčásti výzkumná a zčásti projekčního charakteru. Autorka zdůvodňuje, že se orientovala na sport, který je malý vzhledem k počtu sportovců, nemá velkou popularitu a má specifické podmínky pro sponzorskou činnost. Zároveň uvádí, že našla i malou oporu s tímto tématem v literatuře. Diskutuje tak specifika výběru potenciálních sponzorů a rozdíly v aktivacích vzhledem k tzv. populárním „velkým sportům“ i další limity.

V kapitole Závěry a doporučení (kap. 8) autorka shrnuje hlavní výsledky své práce. Zároveň zde prezentuje doporučení pro klub, jak s potenciálními partnery efektivně jednat pro úspěšné uzavření spolupráce.

DP obsahuje 67 titulů bibliografických citací, 20 tištěných zdrojů, 47 online zdrojů. 48 titulů je zahraničních v anglickém jazyce.

Diplomová práce je stylisticky dobře zpracována.

Celkově lze říci, že diplomová práce splňuje úroveň na ni kladenou.

Připomínky:

- 1) s. 20 – používá se pojem stavební firmy, nikoliv stavebnické
- 2) s. 35–v cíli se hovoří o vytvoření nabídek ve formě projektů, ale nastíněné nabídky mají do formy projektů daleko a neobsahují finanční stránku navrženého projektu
- 3) tabulky a grafy je lépe číslovat bez č.
- 4) názvy grafů máte uvedeny 2x – viz, např. graf. 1 a další
- 5) s. 56, 4. odstavec – oddělení vět, místo tečky uvedeny čárka, s. 57–2. odst. Česká republika uvedeno malé č, s.90 – pravopis pojmu „merchandising“ (autorka píše obchod s merchandisem), 3. odst. na téže straně oddělení vedlejší věty částkou chybí

- 6) s. 75 – nahoře Benefity pro sponzora – nejasné co myslíte položkou „zaplnění díry v trhu“, není zřejmé, jaký trh máte na mysli
- 7) s. 83 – benefity aktivace 4 – přilákání více zájemců na stánek se mi zdá trochu vágním benefitem pro klub
- 8) s. 91–2. odst. zkratka BCAA není v seznamu zkratek, s. 91 – benefity pro sponzora – chybí písmeno
- 9) nepřesnosti v citacích zdrojů 62, 39, 19

Otázky k obhajobě:

- 1) O jaké dotazován šlo v případě dotazování stávajících sponzorů?
- 2) Na jaké období jsou vztažené uvedené finanční částky uvedené na s. 49?
- 3) Daly by se kombinovat některé návrhy na aktivaci sponzoringu s CSR akcí?

Navržený klasifikační stupeň: výborně – velmi dobře, konečná známka bude stanovena po vystoupení na obhajobě

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu ke studentovi/studentce.

V Praze dne 18.1. 2024

.....
Doc. Ing. Eva Čáslavová, CSc.