

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Martina Chvalná

Název práce: Marketingová komunikace oddílu házené TJ Sokol Praha Vršovice.

Cíl práce: Vytvořit návrh na zlepšení marketingové komunikace oddílu zejména s ohledem na nábor nových členů a jeho propagaci.

Celková náročnost práce:

Podprůměrné

Průměrné

Nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	Výborně
Samostatnost při zpracování tématu	NEMOHU POSOUDIT
Logická stavba práce	Výborně
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	Velmi dobře
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Výborně
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Velmi dobře
Stylistická úroveň, jazyk	Výborně

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení: Bakalářská je zaměřena na prakticky přímo využitelnou problematiku marketingové komunikace ve sportovním klubu. V tomto případě na zlepšení propagace při náboru mládežnických hráčů. Je třeba ocenit, že práce je psána velmi výstižně, inteligentně a formulačně překvapivě vyzrálým jazykem. Přesto se autorka nevyvarovala některých ojedinělých formulačních chyb. Například na s. 40 u kapitoly 4.7. je prakticky celý odstavec formulačně nezvládnutý, nejsou jasné podněty a věty ztrácejí smysl. Přesto je třeba konstatovat, že práce je jinak velmi přehledná, má jasnou strukturu a pregnantně formulované cíle. V teoretické části prokázala diplomantka velmi dobrou orientaci v problematice a schopnost velmi vhodně využívat i citovat literární zdroje. Přínosem jsou i vlastní postoje a komentáře pisatelky, stejně jako pasáž zabývající se strategií. Teoretická část však zabírá téměř 50% rozsahu celé práce a je poněkud zbytečně rozsáhlá. Zvolené metody jsou adekvátní cílům práce a jsou i dobře zpracovány i interpretovány. Škoda, že výsledky jsou uváděny pouze v absolutních četnostech, i když rozsah výběru dovozoval použít u mnoha otázek procentní vyjádření. Velmi cenné jsou návrhy na zlepšení propagace a metod marketingové komunikace při náboru mládeže (syntetická část a doporučení). Výběr literatury splňuje všechny kladené požadavky stejně jako celá práce, kterou považuji za nadprůměrnou a doporučuji k obhájení.

Připomínky :

1. Teoretická část tvoří téměř 50% celkového rozsahu, což je poněkud disproporční.
2. Mísení obecné teorie metodologie se skutečně použitými metodami výzkumu nepůsobí jednotlivo a ubírá na přehlednosti (např. na s. 36 uvedené schéma Příbové).
3. V takto koncipovaném výzkumu možná mohly být stanoveny alespoň pracovní hypotézy.

4. Při použitém rozsahu výběru bylo možno výsledky vyjádřit alespoň v procentech, ne jen formou absolutních četností.
5. U rozhovorů jsou charakteristiky metody poněkud nepřehledně popsány ve třech kapitolách: V jedné je uvedeno na co jsou rozhovory zaměřeny, ve druhé koho se týkaly a ve třetí podkapitole jak dlouho trvaly.
6. Grafická stránka není příliš nápaditá, práce mohla obsahovat více obrázků a dokumentujících fotografií.

Otázky k obhajobě:

1. Jaké důvody vás vedly k prezentaci výsledků v absolutních počtech případů výskytu?
2. Jaké by mohly být pracovní hypotézy vašeho výzkumu a na základě čeho by je bylo možno stanovit. Uveďte jeden konkrétní příklad.
3. Jak velký by měl podle vás vzorek respondentů, aby šlo data vyjadřovat v % ?

Práce je doporučena k obhajobě.

Práce svým rozsahem i obsahem splňuje nároky, kladené na diplomovou práci. Doporučuji ji k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: S ohledem na průběh obhajoby: výborně až velmi dobře.

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu k diplomantovi.

V Praze dne: 9. 9. 2014

.....
PhDr. Vladimír Janák, CSc., FTVS UK