

POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Martina Chvalná

Název práce: Marketingová komunikace oddílu házené TJ Sokol Praha Vršovice

Cíl práce: Vytvoření návrhu na úpravu marketingové komunikace oddílu házené TJ SOKOL Praha Vršovice zaměřené na jeden z hlavních aktuálních problémů oddílu, kterým je velikost a struktura členské základny.

Jméno oponenta: Mgr. Jan Šíma

Zaměstnavatel a funkce oponenta (pokud není zaměstnancem UK FTVS):

Celková náročnost tématu na:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

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

Praktická/teoretická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

Hodnocení práce:

Bakalářská práce se zabývá aktuálně poměrně obvyklým tématem marketingové komunikace v oblasti sportu. V této práci je cílem navrhnout úpravu marketingové komunikace ve snaze získat více členů pro házenkářský klub.

Práce má jasně stanovený cíl, logickou strukturu i adekvátně zvolené metody. Výsledky práce jsou využitelné v praxi analyzovaného klubu, ale také v podmínkách dalších neziskových organizací.

Obsahem teoretické části práce je provedená rešerše literárních pramenů, ve které autorka čerpala z celkem 24 zdrojů. Spíše než o rešerši odborných publikací jedná se o kompilaci snadno dostupných zdrojů, kterou autorka zřídka komentuje ve vztahu k vytyčeným cílům práce. Požadavek na minimálně 3 cizojazyčné zdroje splňuje autorka pomocí citace dvou zahraničních webových stránek. Ty však využívá jen pro poznámky pod čarou v podobě vysvětlení dvou méně užívaných pojmů.

Metodická část práce je zpracována jasně a srozumitelně a popisuje nejdůležitější kroky, které autorku vedly k dosažení stanoveného cíle. Metodický postup byl volen uvážlivě, snad s výjimkou nedostatečného počtu osob pro pilotáž, což se projevilo tím, že nebyly odhaleny všechny nedostatky v konstrukci dotazníku. Nutno podotknout, že toto sama autorka přiznává ve výsledkové části práce na straně 47. Na této straně uvádí i údaj o návratnosti dotazníku, který je však podle mých výpočtů chybný.

Analytická část začíná představením oddílu házené TJ Sokol Praha Vršovice následovaná analýzou stávajících nástrojů marketingové komunikace oddílu.

Šestá kapitola přináší výsledky marketingového výzkumu. Ty jsou prezentovány přehlednou formou a jsou autorkou práce logicky interpretovány. Pozitivně hodnotím také autorčino zamýšlení se nad některými latentními faktory, které mohly výsledky ovlivnit či způsobit jejich nižší vypovídající schopnost.

Syntetická část práce je v podobě konkrétních návrhů na zlepšení marketingové komunikace vršovického oddílu. Je pro ni využit metodický postup dle Heskové, který přehledně popisuje nejdůležitější informace. Předkládané návrhy pro jednotlivé nástroje marketingové komunikace jsou nápadité a v praxi realizovatelné.

Dojem z práce trochu kazí drobné formální nedostatky, jako například číslování stránek na kraji (správně má být uprostřed) nebo citace zdroje tabulek, schémat či obrázků, které jsou zarovnány „vlevo“, zatímco název i samotná tabulka (obrázek či schéma) je zarovnán „na střed“. Také zarovnání seznamu literatury by nemělo být „do bloku“, ale spíše „vlevo“, a to zejména s ohledem na dlouhé odkazy na webové stránky.

Otázky k obhajobě:

- 1) Na straně 48 uvádíte, že výsledky byly zřejmě ovlivněny skutečností že cílová skupina respondentů byla tvořena z rodičů stávajících členů oddílu házené TJ Sokol Praha Vršovice, tudíž jste nezískala informace od těch rodičů, kteří se z nějakého důvodu *rozhodli své dítě do oddílu nepřihlásit*. Domníváte se, že existuje nějaký nástroj marketingové komunikace, který by přesvědčil tyto rodiče změnit své rozhodnutí?
- 2) Na straně 47 uvádíte, že návratnost dotazníků činila 54%. Jakým výpočtem jste k tomuto číslu dospěla?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: výborně – velmi dobře v závislosti na průběhu obhajoby

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

V Praze dne 8. září 2014

.....
Mgr. Jan Šíma