

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Kroulíka Radima

Název práce: Komparace nabídky pro partnery klubů v České lize amerického fotbalu

Cíl práce: cílem práce je vypracování návrhů implementace nabízených služeb pro partnery klubů nejvyšší ligy amerického fotbalu v České republice

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	Výborně
Logická stavba práce	Velmi dobře (hodnocení a připomínka 11)
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Výborně
Adekvátnost použitých metod	Výborně
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Výborně
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Výborně
Stylistická úroveň, jazyk	Dobře (viz hodnocení a připomínky)

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení:

Diplomová práce v extrémním rozsahu 112 stran textu, 5 obrázků, 1 graf, 19 tabulek a 8 příloh je zaměřena na analýzu nabídky služeb partnerům klubů amerického fotbalu v České lize am. fotbalu. Vlastním přínosem autora je zpracování vzorové nabídky pro potenciálního partnera. Práce má logickou strukturu, hlavní část práce – analytická část, získané výsledky a jejich interpretace tvoří podstatný rozsah práce – 54 stran práce. Mimo logiku je název kapitoly 6.3. Analýza klubů, kde jde spíše o interpretaci a shrnutí výsledků z jednotlivých částí analýzy. Tato kapitola by zasluhovala jiný název.

Diplomová práce obsahuje 58 titulů literatury. Zahrnuje literaturu aktuálního charakteru k řešenému tématu včetně aktuálních článků s tímto tématem prezentovaných ve světových časopisech – např. Journal of Research in Business and Technology, Journal of Marketing Communications, Academic Journal, Journal of Advertising Research, Sport Marketing Quaterly apod., kde jsou prezentovány a diskutovány aktuální problémy sponzoringu a sponzoringu sportu. Citace jsou rozebírány v textu a obsahují komentáře včetně využití a aplikace zvolených metod.

Zpracování diplomové práce není extrémně novátorské ve zvoleném tématu, ale v aplikačním prostředí, tj. ve výběru mladého sportu, ne tak tradičního v České republice. Zároveň je třeba říci, že zpracování tohoto tématu bylo náročné na kontakt s kluby a jejich manažery, ačkoliv nakonec do výzkumu byly zařazeny 4 kluby, ale těm se autor věnuje velmi podrobně a z jeho komentářů je zřejmá autorova dobrá marketingová erudice. V analytické části autor podrobně analyzuje nabídkové listy klubů a hodnotí s použitím škály jejich zpracovanost,

z komentářů je zřejmé, že se dobře orientuje v problematice amerického fotbalu v ČR, v marketingové činnosti těchto klubů i v širších podmínkách existence klubů. Bohužel úroveň analýzy snižuje celá řada drobných nedostatků uvedených v připomínkách, zároveň stylistické nedostatky a chybná písmena. Část prezentující výsledky kvalitativního výzkumu zahrnuje 33 stran. V některých pasážích se autor nedokáže udržet v linii interpretovaných výsledků a sklouzává do roviny doporučení. Kapitola návrhů a doporučení prezentuje zajímavá doporučení k aktivaci partnerství směrem moderního marketingu.

Celkově lze říci, že diplomová práce splňuje úroveň na ni kladenou, má vhodně volené metody, prezentovanou teorii problému i proces marketingového výzkumu.

Připomínky:

- 1) s. 16 – zájem České televize není doložen zdrojem
- 2) s. 16 dole – o jakou právní formu neziskové organizace jde? není konkretizováno!
- 3) s. 22 - u autorů klasifikace chybí uvedený rok, totéž na s. 43
- 4) s. 26 – dole, „oba argumenty popisují v dalších kapitolách“, kterých- uvést konkrétně?!
- 5) s. 44 – formulace cíle v druhé větě, chybí podmět a přísudek
- 6) s. 50 nahoře – není zřejmé, kolik respondentů se účastnilo pilotáže a není popsána úprava dotazníku
- 7) s. 62 – výzkumy médií nejsou obvykle dělány na reprezentativním vzorku a z textu není patrné, zda jde o vzorek reprezentativní či nikoliv ani v jakém období byl výzkum dělán, jsou to výzkumy spíše dělené účelově
- 8) s. 64 – hlavní kapitola by měla začínat na samostatné stránce
- 9) s. 67 – co lze tedy vyčíst z uvedených statistických hodnot – průměr a medián?
- 10) s. 67 – gramatická hrubá chyba „ informace by mohli“
- 11) s. 94 nahoře – jde už spíše o doporučení, totéž v kap. 6.3.3., 6.3.4
- 12) s. 106 2. odstavec – na fotbalové kluby a kluby ledního hokeje v nejvyšších soutěžích se to nevztahuje
- 13) s. 113 - 114 – titul 6 – chybné písmeno, titul č. 18 není voleno stejné písmo u citací, titul 11 nekončí tečkou

Otázky k obhajobě:

- 1) Jakými postupy ev. metodami by měla být podle Vašeho názoru prokazována efektivita (účinnost) investovaných finančních prostředků do klubů amerického fotbalu ?
- 2) Kluby vykazují poměrně široký rozptyl v procentuálním zastoupení členských příspěvků (od 10% - 46%). Jaké procento ve finančních zdrojích by měly podle Vašeho názoru prezentovat členské příspěvky?
- 3) Na s. 97 uvádíte, že by kluby pro strategickou komunikaci měly „provádět marketingové výzkumy“. Jak to chápete, když často nemají ani marketingového manažera? Kdo je tedy bude realizovat a na co mají být zaměřeny?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: výborně - velmi dobře, konečná známka bude stanovena na základě ústní obhajoby.

V Praze dne 14.4.2015

.....
Doc. Ing. Eva Čáslavová, CSc.