

POSUDEK VEDOUcíHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Kateřina Vorlová

Název práce: Marketingová strategie fitness centra Esporta

Cíl práce: vytvořit marketingovou strategii pro Esporta Fitness Club.

Celková náročnost práce:

Podprůměrné

Průměrné

Nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

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

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení:

- Stupeň splnění cíle práce – práce splňuje svůj cíl, tedy návrh nové marketingové strategie. Je zde jasný přínos autorky a považuji tento návrh za realizovatelný, i proto hodnotím praktickou využitelnost jako nadprůměrnou. Celkovou kvalitu práce však snižují některé nedostatky v analýzách a dalších kritériích, které jsou níže hodnoceny a připomínkovány. Celkově však práce odpovídá úrovni diplomové práce jak svým obsahem, tak i rozsahem.
- Samostatnost při zpracování tématu – diplomantka pracovala samostatně, svědomitě, pravidelně konzultovala s vedoucím práce.
- Logická stavba práce – struktura práce je jasná a logická, vzhledem ke stanovenému tématu. Nicméně v práci zcela chybí kapitola 3.5.1, přičemž ostatní podkapitoly na ní navazují. V metodice práce dále popisuje diplomantka již některé výsledky získané pozorováním, což patří až do výsledkové části práce. Vše viz níže připomínky.
- Práce s literaturou – práce využívá celkem 46 zdrojů, z toho 11 zahraničních, čímž splňuje požadavky, kladené na diplomovou práci. Teoretická část obsahuje standardní, obecná témata týkající se marketingu služeb a marketingových strategií. Postrádá však větší zaměření na oblast fitness a wellness, stejně tak využití vědeckých recenzovaných článků, které se tímto ve světě zabývají. Seznam literatury a citace v textu taktéž obsahují některé nedostatky – viz níže připomínky.
- Adekvátnost použitých metod – použité metody jsou vhodné a adekvátní vzhledem ke zvolenému tématu. Jejich zpracování a výsledky obsahují některé více, některé méně významné nedostatky, zejména pak tvorba BCG matice a SWOT analýzy – vše viz níže připomínky a otázky k obhajobě.
- Hloubka tematické analýzy – praktická část práce je dostatečně podrobná, detailní, návrhy jsou zpracovány konkrétně a některé jsou vcelku dobře realizovatelné. V teorii však postrádám hlubší rešerši týkající se odvětví fitness a wellness (viz níže připomínky) Metodická část je velmi přehledně a detailně popsána, což naopak přidává na kvalitě práce.

- g) Úprava práce – práce odpovídá v tomto ohledu stanoveným požadavkům, nicméně se zde vyskytují některé nedostatky v podobě nepřesného obsahu, číslování kapitol a drobných překlepů. Vše viz níže připomínky.
- h) Stylistická úroveň – diplomantka v práci střídá stylistické jazyky (někdy „já“, někdy „my“, někdy dokonce „Vy“). Někdy jsou použity spíše „marketingové“ text, než akademický odborný jazyk (např. „Nabídka je velmi široká, a proto si zde vybere opravdu téměř každý.“)

Připomínky:

V abstraktu v části výsledků diplomantka popisuje pouze výsledky analýz i přesto, že cíle práce je návrh marketingové strategie. Proto by bylo vhodné uvést zde nějaké klíčové informace o navrhované strategii.

Kapitoly 3.4.3 a 3.5 mají stejný název Marketingová strategie.

V obsahu i v samotné práci zcela chybí kapitola 3.5.1. Dále v práci navazují kapitoly 3.5.1.1, 3.5.1.2 a 3.5.1.3, které však v obsahu nejsou. Stejně tak v obsahu chybí další podkapitoly 4. úrovně.

U přímých citací v textu je vhodné doplnit i čísla stran publikací, ze kterých je čerpáno a citováno. Někde to je uvedeno, někde nikoliv.

Str. 37 – chybějící odkaz na zdroj citace – „Wayne Calloway, generální ředitel PepsiCo řekl ...“

V teoretické části by mohlo být více prostoru věnováno specifickému prostředí fitness služeb, některým výzkumům, které se v této oblasti provedli jak v ČR, tak v zahraničí, apod.

V kapitole 4.2 diplomantka popisuje již danou metodou získané výsledky, což není vhodné psát v této metodické části práce.

U tabulky 6.2 se jedná o tabulku příjmů, nikoliv zisků z jednotlivých produktů. Dále je zde nejspíše chybně počítán příjem za Pole dance a lymfatické masáže. Diplomantka zde uvádí cenu za lekci 1800,- Kč, popřípadě u lymfatických masáží při výpočtu vychází cca 2500,- Kč. Při dalším čtení práce jsou však dané služby nakupovány jako 10 lekcí za dané ceny, čímž dochází k nepřesnosti výsledků pro tvorbu BCG matice. Viz otázka č. 2 k obhajobě. Dále z práce není jasné, jak byl vypočítán, popř. chybí podkladová data pro výpočet relativního tržního podílu a růstu tržního podílu. Viz otázka č. 3 k obhajobě.

Str. 67 – překlep – „... Pulase Wellness a Fitness ...“

Příležitosti ve zpracované SWOT analýze jsou již spíše dílčími prvky strategie, nikoliv výsledky analýzy z vnějšího prostředí. Stejně tak hrozby jsou pouze možné domněnky, nevycházející z předchozích analýz. V tomto kontextu tak SWOT analýza ve své části vnějšího prostředí není správně zpracována.

Str. 100 – špatná úprava ve smyslu nedodržení předepsaných okrajů stran a text ještě pod číslem strany.

Seznam literatury vykazuje některé nedostatky v podobě různého počtu údajů o publikacích, jiné formy údajů, popř. jiného či nesprávného formátu.

Otázky k obhajobě:

1. Z jakého důvodu má ve scoring modelu kritérium čistota nejmenší váhu, když se jedná alespoň z mého pohledu o velmi důležité kritérium, podle kterého se sám rozhoduji, zda dané fitness budu či nebudu navštěvovat?
2. Mohla by diplomantka objasnit tabulku 6.2 a následnou tvorbu BCG matice v případě produktů – Pole dance a lymfatické masáže?
3. Jak byl vypočítán u jednotlivých produktů relativní tržní podíl a růst tržního podílu u BCG matice?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře.

V Praze dne 1.9.2015

.....
Mgr. Josef Voráček