

# POSUDEK VEDOUcíHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Jméno diplomanta/diplomantky:** Kristýna Loudová

**Název práce:** Marketingová strategie projektu Radegast Index

**Cíl práce:** zjistit povědomí o projektu Radegast Index a jeho spojení s hokejem. Následně navrhnout marketingovou strategii, která vyplynula z výsledků dotazníků, rozhovoru a SWOT analýzy.

## **Celková náročnost práce:**

**podprůměrná**                      průměrná                      nadprůměrná                      (zvýrazněte)

## **Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:**

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

Stupeň splnění cíle práce	Dobře
Samostatnost při zpracování tématu	Nevyhovující
Logická stavba práce	Nevyhovující
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Dobře
Adekvátnost použitých metod	Dobře
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta/diplomantky	Dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Velmi dobře
Pravopis a stylistika	Dobře

## **Praktická či teoretická využitelnost zpracování:**

podprůměrná                      **průměrná**                      nadprůměrná                      (zvýrazněte)

## **Hodnocení práce:**

- Stupeň splnění cíle práce – předložená diplomová práce naplňuje stanovený cíl pouze na minimální úrovni. Vzhledem k minimu zpracovaných změn od první obhajoby hodnotím práci jen jako „dobrou“, průměrnou.
- Samostatnost při zpracování tématu – Přístup diplomantky při zpracování této práce nepovažuji za adekvátní. Jelikož se jedná o opravu první neobhájené práce, očekával bych, že na základě velmi podrobných posudků od vedoucího i oponenta z první obhajoby, zapracuje jednotlivé připomínky a doporučení do této druhé verze. Diplomantka zapracovala pouze minimum změn, dokonce některé změny, které udělala, naopak snížily kvalitu „opravné“ práce (viz chybějící kapitola „Diskuse“).
- Logická stavba práce – v práci chybí povinná kapitola „Diskuse“, taktéž chybí kapitola 5.1. Řazení kapitol v metodologii také postrádá logiku. Vše viz níže připomínky.
- Práce s literaturou – Teoretická část máš spíše charakter kompilace jednotlivých citací, i když někdy se diplomantka snaží o vlastní komentáře. Největší slabou stránkou teoretické části je zastaralost využitých zdrojů, dále absence většího zapojení aktuálních zahraničních zdrojů. Celkově teoretická část poskytuje základní východiska pro obecný marketing a sponzoring, přičemž aktuální marketing a sponzoring skýtá velmi zajímavou a pestrou oblast pro zpracování moderní a kvalitní rešerše, zvláště ve vztahu k lednímu hokeji. Celkově je tak práce s literaturou spíše podprůměrná.
- Adekvátnost použitých metod – Volba dotazníkového šetření, polostrukturovaného rozhovoru a SWOT analýzy se zdá být na první pohled v pořádku. Metodologická část by zasloužila pečlivější a podrobnější zpracování ve smyslu podrobného popisu celého postupu provedení výzkumu a systému konstrukce SWOT analýzy. Aplikace jednotlivých metod zůstává pouze v základní podobě, takže je v tomto ohledu práce spíše průměrná.

- f) Hloubka tematické analýzy – Provedené analýzy zůstávají velmi „na povrchu“. Dotazníkové šetření neposkytuje příliš relevantní a podrobné informace, které by umožnily vytvořit kvalitní podklad pro návrh marketingové strategie. Jednotlivé části tak spolu příliš nesouvisejí, chybí zde provázanost a hlavně návaznost mezi jednotlivými informacemi.
- g) Úprava práce – práce obsahuje některé nedostatky ve zpracování, jako jsou překlepy, nízká vizuální kvalita ilustrace, nedostatky v odkazování na zdroje. Vše viz níže připomínky.
- h) Pravopis a stylistika – Diplomantka kombinuje různé stylistické jazyky („já“, „my“, „vy“), práce by měla být v tomto ohledu jednotná, tzn. využívat jeden v celé práci. V práci se objevují občasné pravopisné chyby – viz níže připomínky.

### **Připomínky:**

V abstraktu by v části „výsledky“ měly být shrnuty již konkrétní nejdůležitější výsledky, nejen to, že byly navrženy strategie.

Abstrakt – pravopisná chyba – „Oba návrhy strategie jsou tedy navrženy tak, aby oslovovali cílový segment ...“

Str. 10 – překlep – „...s nejvyšší českou hokejovou ligu, ...“

Dílčí úkoly v kapitole 2.2 jsou formulovány jen velmi obecně.

Str. 13 – chybějící přísudek ve větě – „Další zahraniční autor jej jako „proces navrhování ...“

Str. 13 – pravopisná chyba – „...především pro firmy, které se rozhodli své úsilí směřovat ...“

Str. 13 – nesprávně uvedené odkazy na zdroje – „Freyer (1991) in Čáslavová (2009) definuje“, „(Pitts a Stotlar, 2007 in Čáslavová, 2009)“

Obrázek č. 1, str. 14; obrázek č. 6 a 7, str. 28 – nesprávně uveden odkaz na zdroj.

Obrázek č. 3, str. 20 – nízká vizuální kvalita ilustrace

Str. 23 – chybějící odkaz na zdroj – „...popisuje například Kapferer ve svém šestiúhelníku.“

Obrázek č. 5, str. 24 – obrázek má jako zdroj vlastní zpracování, i přes to, že předtím je v textu odkazováno na autora tohoto obrázku.

Je zajímavé, nebo spíše poněkud diskutabilní, když diplomantka cituje: „...což je jedna z nezákladnějším zbraním moderního marketingu.“ Za prvé diplomantka nesprávně skloňuje a za druhé, což je podstatnější, toto cituje z publikace z roku 1992 (Horáková, 1992). Citovat o moderním marketingu z publikace z roku 1992 nepovažuji za příliš optimální, jelikož už se nejedná o skutečně „moderní“ marketing, nýbrž už 26 let starý. Marketing je velmi pružná a velmi rychle se měnící disciplína.

Diplomantka nejvíce v teoretické části používá velmi zastaralé zdroje, nejčastěji z let 1992 a 1996, což příliš neodpovídá tomu, jaké zdroje by měla používat pro diplomovou práci v roce 2018, zejména s ohledem na to, že se marketing neustále vyvíjí.

Str. 26 – pravopisná chyba – „Hlavní podstatou event. Marketingu je zaujmout ...“

Str. 31 – nesprávně uvedené odkazy na zdroje citací

V kapitole 4.4 Struktura a analýza dotazníku by bylo vhodné vypracovat schematicky operacionalizaci zkoumaného problému. Dále zde chybí odkaz na zpracovaný dotazník, který je v příloze. Podobné nedostatky se objevují i u kapitoly 4.6 Polostrukturovaný rozhovor.

Kapitola 4.5 obsahuje popis cíle marketingového výzkumu, což je z hlediska postupu výzkumu v rámci metodické části práce nelogické. Cíl výzkumu má být formulován jako první část v rámci metodiky, ne až za metodami sběru dat a analýzou vytvořeného dotazníku. Tyto části se mají odvíjet od stanoveného cíle výzkumu.

V práci zcela chybí kapitola 5.1.

Str. 57 – pravopisné chyby – „Oceněno bylo celkem 14 vybraných osob/skupin z každého extraligového klubu, kteří pro svůj oblíbený tým něco obětovali a museli si tak projít hořkou volbou. Ocenění ve formě kamenného puku převzali z rukou vedoucího hráče svého oblíbeného týmu v Radegast Indexu.“

Str. 65 – pravopisná chyba – „Měla jsem dopředu připravené otázky, které se týkali ...“

Str. 68 – slovo s jiným významem – slovo „standart“ má zcela jiný význam než, v práci žádoucí „standard“.

Kapitola 6.2 je formulována bez návaznosti na provedenou SWOT analýzu, u které několikrát diplomantka v práci upozorňuje, že z ní vychází pro tvorbu strategie. Taktéž zde není vidět jakékoliv propojení s teoretickou částí.

Str. 71 – pravopisná chyba – „Tyto tréninky by zábavnou formou učili základy bruslení ...“

Str. 75 – pravopisná chyba – „Jednotlivé duely je ale potřeba pečlivě vybrat tak, aby podpořili atraktivitu zápasu.“

V práci zcela chybí povinná kapitola „Diskuse“.

V závěru se některé odstavce věnují struktuře práce a jejímu obsahu, což nepatří do kapitoly „Závěr“. Na konci závěru diplomantka sama uvádí, že by byl zde prostor pro podrobnější rozpracování obou marketingových strategií. Proč tomu tak v práci není?

Seznam použitých zdrojů obsahuje některé formální nedostatky v uvedených citacích.

**Navržený klasifikační stupeň: dobře.**

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

V Praze dne 12.9.2018

.....  
PhDr. Josef Voráček, Ph.D.