

POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta/diplomantky: Bc. Pavel Petrák, MBA

Název práce: Marketingová komunikace české handicapované reprezentantky v tenise Ladislavy Pořízkové

Cíl práce: Analýza marketingové komunikace jmenované handicapované sportovkyně a návrhy na její vylepšení

Jméno oponenta: Mgr. Jan Procházka

Zaměstnavatel a funkce oponenta (pokud není zaměstnancem UK FTVS): Externí vyučující na UK FTVS, United Registrar of Systems: konzultant managementu kvality

Celková náročnost práce:

podprůměrná průměrná **nadprůměrná** (zvýrazněte)

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

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

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

Praktická či teoretická využitelnost zpracování:

podprůměrná **průměrná** nadprůměrná (zvýrazněte)

Hodnocení práce:

Práce zdaleka přesahuje doporučenou délku.

Úvod neuvádí práci, jen představuje situaci sportovkyně.

Text teoretické části je plný informací a odkazů. Kdyby argumenty byly lépe (správněji) strukturovány do odstavců, práci by to ještě velmi protáhlo.

Mnoho informací a konstatování v textu není nijak podloženo ani vysvětleno.

Část analýzy a návrhů mnohdy neobsahuje jasné zdroje informací, a to ani informací pocházejících logicky z cizích zdrojů. Příkladem mohou být první odstavce č. 5.3. (s. 66).

Odpovídající zdroj (MŠMT) také v seznamu zdrojů chybí, a není jediný.

Podobně ani interview nejsou ve zdrojích, podobně jako použité stránky Survio. (viz s. 157).

Mnoho odstavců je tvořeno amalgámem informací z různých zdrojů, aniž by došlo k interpretaci, vysvětlení, či alespoň byla jasná logika nebo účel takového seskupení, např. odstavce.

Podobně je tomu i u metod. V textu jsou metody popsány s pomocí zdrojů, není však jasné, jak byly některé metody použity, například jak byl vybrán výzkumný soubor.

Jinak teoretická část vypadá (až na výjimky, kdy odkazy chybí) dostatečně odkazovaná. V některých odstavcích je odkaz na stejný zdroj v každé větě (např. s. 28, 2. odst.), což není správně.

Teoretická část by mohla obsahovat více vlastní interpretace. Jedná se tak o shrnutí informací, ale čtenář si je musí sám interpretovat.

Někdy je logika vět nebo argumentů nejasná, právě protože chybí interpretace nebo vysvětlení. Příkladem je text týkající se obrázku č. 3 (s. 28), díky čemuž není využití obrázku jasné.

Autor probírá jen ty největší sociální sítě, které jsou vlastněny několika z největších firem na světě. Zcela tak opomíná jejich konkurenty a další sítě, aniž by svůj výběr vysvětlil.

Kapitola 3.5 za tímto výčtem sítí působí zcela nelogicky. To je jedním z mnoha příkladů nejasné logiky práce. Teoretická část tak vypadá jako konglomerát informací (v naprosté většině s odkazem. Někdy zbytečně opakovaným) bez komentáře a jasné logiky.

Autor „s oblibou“ popisuje sportovkyni a její příběh, ale bez udání zdroj a jasné potřeby většiny informací.

Velmi mnoho informací nemá odkazy (všechny kapitoly části 5 (kromě té s odpověďmi dotazníku, kde je to logické), schéma č. 3 a další, ač (alespoň částečně) jistě pochází z externích zdrojů). U některých obrázků v těchto částech není odkaz zcela správně.

Dotazníkové šetření probíhalo jen mezi fanoušky facebookových stránek sportovkyně. To aspoň vyplývá z informace na s. 77. Pak ovšem není překvapivý fakt, že většina odpovědí je pozitivních. Jedná se tedy o vzorek, který není reprezentativní a byl špatně vybrán.

Tabulka 8 (s- 87) není vůbec vysvětlena, natož pak zkratky, které obsahuje. Ani toto není výjimečným případem.

Ani v analytické části nedochází mnoho k interpretaci, ale spíše k popisu výsledků, např. dotazníku. Jejich použití tak není jasné.

Cíle v návrhu jsou přesné, ale ne kompletní. Neobsahují např. časový limit.

„Čtít desatero přikázání, které paní Pořízková považuje za své směrnice pro způsob života, je jistě chvályhodný cíl. Důležité je o hodnotách hovořit a zároveň je v každodenním životě projevovat. Podstatné je také dbát na to, aby nedocházelo k rozporu mezi tím, co člověk říká, a tím, co dělá. To by v případě pí Pořízkové mohlo silně ohrozit její značku.“ (s. 111) je bezesporu sporné tvrzení pro návrh, které by zasloužilo vysvětlení.

Podobně působí podčást "6.6.3 Nepřátelé" obsahující pouze text „Hlavním nepřítelem paní Pořízkové je pro ni ona sama. Její denní povinnosti jsou dvakrát náročnější než u běžné populace, a i přesto je schopna denně vítězit. Každý svádíme jiný boj. Mnoho lidí, kteří mají stejný názor na danou problematiku nebo řeší podobný boj, uvítá určitého mluvčího, aby nemuseli hlásat své názory veřejně. Paní Pořízková by byla jako mluvčí více než vhodná. A to ji také může pomoci její značku patřičně odlišit a získat další fanoušky.“ (s. 112)

Velká část návrhů není jasně vysvětlena. Příkladem je „LinkedIn doporučuje upřednostnit pan Valoušek zprvu před Twitterem z důvodu jeho snazší správy, a i tak bude moci paní Pořízková adekvátně prezentovat svůj příběh firmám.“ (s. 120). Ostatně, celá část 6.7.4 LinkedIn není jasná. V návrzích je takového textu mnoho.

Tabulka č. 16 (s. 123) by neměla být na začátku strategického plánu, neboť to není logické.

Ani diskuse není diskusní a vypadá spíše jako shrnutí.

Závěr naopak vypadá jako doplňkový popis stavu v ČR a ani jeho logika není jasná.

Výsledky dotazníku jsou až v příloze. Působí to nelogicky a škodí to analýze i práci.

„Žádná negativa neregistruji“ (66 odpovědí) by nemělo být v možných odpovědích, leda byla otázka otevřená. Množství odpovědí o tom vypovídá, podobně jako jiné odpovědi (úklid, ego, atd.).

Z předcházejícího vyplývá, že není jasné, jak byly otázky formulovány – které otevřeně apod.

Připomínky:

Poslední odstavec úvodu je naprosto zbytečný.

Sám úvod by měl obsahovat další informace a nejen popisovat situaci sportovkyně.

Mezi cíli je „zajistit vzhled do problematiky marketingové komunikace Ladislavy Pořízkové.“ Tento úkol není dostatečně přesný. Také ostatní úkoly nejsou zcela dobře formulované.

Obr. č. 1 není dobře čitelný (s. 18), patrně díky volbě barev.

Logika prvních tří odstavců části 3.2.4.10 není jasná. Podobných případů je v textu velmi mnoho.

Naopak ihned následující dva odstavce obsahuje více informací a konstatování, ale žádný odkaz.

Část 3.2.4.11 se zdá zbytečná.

Například na konci částí 3.2.5 (s. 31) a začátku části 3.3 (s. 34) je opět několik odstavců chybějícími odkazy. Nejedná se o interpretaci ani vysvětlení, neboť jsou zde konstatování.

Věta „Na první pohled se může zdát Facebook jako velmi jednoduchá platforma, ale často se lidé dopouštějí chyby už při jeho zakládání.“ (s. 43) není vysvětlena, je jen doplněna tvrzeními s odkazy.

Takové nedostatky se objevují ve textu často.

Hned následující odstavec je také příkladem složení tří konstatování, z nichž jen jedno má odkaz, a není jasná logika tohoto odstavce.

Věta „Jedná se o sociální síť, která je zdarma.“ (s. 44) je zcela zbytečná. Ani tento příklad není ojedinělý.

Věta „Sponzor dle Durdové (2009) od sponzorovaného očekává za své peníze, věcné prostředky nebo služby jasně formulované protislužby, například šíření reklamy týkající se jména podniku samotného

nebo jeho produktů." (s. 48) je málo na jeden odstavec, navíc není jasná ani okomentovaná. Ani zde se nejedná o ojedinělý případ.

Výčet o dva odstavce níže naopak postrádá odkaz. Ač zdroj zdánlivě vyplývá z předchozího text. Odkaz by zde měl být.

Poslední odstavec na s. 49 je dalším příkladem, začínajícím konstatováním, které není podpořené odkazem ani následujícími informacemi s odkazem.

Podobně je tomu u věty „V případě monitoringu sociálních sítí se jedná o metodu novou, která se dostala uživatelům do rukou teprve před několika lety." (s. 53).

U otázky 6 (s. 83) není žádný text, ba ani údaje. Podobně u otázky 18 (s. 93).

Otázky k obhajobě:

Na s. 51 píšete „Jsou k tomu využity jak kvalitativní, tak kvantitativní metody, které přinášejí pohled na danou problematiku jak zvenčí, tak zevnitř. Tato skutečnost zajišťuje práci částečnou objektivitu, která je žádoucí, ale ne nezbytná." Vysvětlete.

Na s. 81-2 uvádíte, že logo ze 118 respondentů fakticky dobře popsalo jen 16 ze 118 respondentů. Následující otázka z 52, kteří logo viděli, dělá procentní tabulku o jejich názoru o významu loga. Jak byste ji vysvětlil, včetně např. že jedna z nejčastějších odpovědí „láska pro tenis" má 5,93 procent (3,08 odpovědí, ač uvádíte 7 odpovědí) a jedna z nejméně častých odpovědí „vášeň pro tenis" má 1,69 procenta (tedy 0,88 odpovědi, ač uvádíte 2 odpovědi) a další údaje z této tabulky?

Navržený klasifikační stupeň: Dobře

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

V Praze dne 5. září 2019

.....
Mgr. Jan Procházka