

POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno studenta: Jiří Stehno

Název práce: Využití sportovních osobností pro marketingovou komunikaci značky Mr. Sailor

Cíl práce: Vytvořit koncept pro využití sportovních osobností formou sponzorování značkou Mr. Sailor.

Jméno oponenta: Jan Šíma

Celková náročnost práce:

podprůměrná průměrná nadprůměrná

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

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

Praktická či teoretická využitelnost zpracování:

podprůměrná průměrná nadprůměrná

Hodnocení práce:

Předkládaná diplomová práce se zabývá tradičním tématem marketingové komunikace. Neobvyklý je však úhel pohledu, když diplomant zde zastává pozici sponzora, který vyhledává k uzavření partnerství sportovní osobnosti.

V Úvodu autor popisuje potřebu zabývat se tímto tématem. Již v této úvodní kapitole využívá řadu cizích výrazů „smart-casual“, „fast fashion“ či „win-win“, aniž by je jakkoliv definoval či vysvětlil. Nelze přitom předpokládat, že každý je znalý těchto pojmů.

Cíl uvedený v samostatné kapitole nekoresponduje zcela s cílem uvedeným v abstraktu.

Teoretická část je zpracovaná velmi dobře. Autor předkládanou teorii komentuje ve vztahu k zaměření své práce. Při pečlivějším vyhledávání zdrojů by však autor mohl čerpat i z aktuálnějších zdrojů přinášející nové poznatky.

Metodická část je podrobná a přináší nejdůležitější informace o tom, jak autor postupoval ve snaze dosáhnout svých cílů. Logická stavba i názvy kapitol jsou však zmatečné. Samotná kapitola začíná zcela nelogicky umístěnou větou. Úvod metodické části by měl spíše uvést čtenáře do kontextu. Také by se měl autor nejprve zabývat sestavením otázek, pak popisovat samotné interview, nikoliv naopak.

V kapitole věnované pilotáži jakoby autor předpokládal, že známe původní znění otázek. Uvádí, že ze 17 otázek vzniklo 19, ale předchozí text této informaci příliš neodpovídá. V kapitole s názvem Hloubkové interview s výběrem sportovců (už samotný název kapitoly je stylisticky neobratný) je uvedena jen obecná teorie, nikoliv průběh interview s vybranými sportovci. Také názvy kapitol 4.4 a 4.5 jsou voleny špatně. Na první pohled by čtenář mohl nabýt dojmu, že je řešeno totéž.

Konstrukci otázek nepovažuji za šťastnou. V případě dotazování prostřednictvím dotazníku by úvodní sada pěti otázek dávala možná smysl, v případě osobního rozhovoru však nikoliv. Odpovědi na ně může totiž získat snadno sám tazatel a netřeba těmito otázkami zdržovat respondenta. Co mě však zarazilo ještě více, je skutečnost, že většina otázek je zaměřena na to, jak by sponzor mohl být lepší pro sportovce, nikoliv na to, čím mohou být tázání sportovci (respondenti) zajímaví pro sponzora (diplomanta). Pouze otázka 17 je skutečně takto zaměřená a to mi připadá jako velmi málo.

Obsahem analytické části jsou zejména interpretace rozhovorů se čtyřmi respondenty. Metodicky se jedná o poměrně nenáročný typ analýzy. Stěžejní kapitolou práce je pak vytvoření konceptu marketingové kampaně v podobě kapitoly 6. Také tato kapitola je zpracována poměrně tradičním způsobem a nijak nevybočuje z obvyklých prací na podobná témata. Toto hodnocení není míněno a priori jako kritika, přesto se přiznám, že jsem od studenta čekal více. Diplomanta vnímám jako velmi silnou osobnost, která se nebojí být výjimečná. Vzhledem k tomu, že je diplomant navíc silně zainteresován na výsledku, očekával bych, že se pokusí potenciálním partnerům nabídnout něco víc, než jen standard.

Práce obsahuje velké množství pravopisných chyb. Paradoxně dvě hrubé chyby jsou i ve větě následující za poděkováním za korekturu textu. Nerozumím tomu, jak korektoři mohli přehlédnout tolik gramatických chyb a překlepů. Některé při tom bijí přímo do očí. Například na jedné jediné straně je název naší země Česká republika (tak je to správně) uveden jako česká republika, o něco níže pak jako Česká Republika. Podobných příkladů lze uvést více. Také stylistická úroveň práce není dobrá

Otázky k obhajobě:

1. Sportovní odvětví, kterým se vybraní respondenti věnují, je poměrně nesourodé. Byl to záměr. Čím jsou si naopak tato odvětví podobná, že jsou atraktivní pro spojení se značkou Mr. Sailor?
2. V práci uvádíte, že k ověření validity otázek vám posloužila pilotáž a následné provedení oprav. Obhajte si toto své tvrzení.

Navržený klasifikační stupeň: dobře

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu ke studentovi.

V Praze dne 6. ledna 2020

.....
PhDr. Jan Šíma, Ph.D.