

POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta/studentky: Anna Šebková

Název práce: Marketingová komunikace Grand Prix Brno v moderní gymnastice

Cíl práce: návrh plánu na zlepšení propagace soutěže Grand Prix Brno v moderní gymnastice, s důrazem na využití sociálních sítí, a to na základě analýzy marketingové komunikace soutěže 2017.

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
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 studenta/studentky	Dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Velmi dobře
Pravopis a stylistika	Výborně

Praktická či teoretická využitelnost zpracování:

podprůměrná průměrná **nadprůměrná** (zvýrazněte)

Hodnocení práce:

Stupeň splnění cíle práce – předložená bakalářská práce splňuje stanovený cíl, poskytuje zajímavý a z mého pohledu velmi dobře prakticky použitelný materiál k marketingové komunikaci soutěže v moderní gymnastice. Práce je čtivá, přehledná, nicméně je poněkud stručná. Vzhledem k níže uvedeným dílčím hodnocením a připomínkám by zasloužila doplnit o některé další informace, které by tak práci zajistě zkvalitnily a obohatily. I tak však práce splňuje nároky, kladené na akademickou závěrečnou práci, a doporučuji jí k obhajobě.

Samostatnost při zpracování tématu – studentka pracovala samostatně, svědomitě, pravidelně konzultovala s vedoucím práce.

Logická stavba práce – Struktura práce je jasné a logická. Mírný nedostatek vidím v absenci kapitoly, věnující se předpokládanému odhadu nákladů na navrhované úpravy marketingové komunikace. I když v diskusi autorka uvádí, že se tím nezabývala, myslím, že by to celkově práci zkvalitnilo.

Práce s literaturou – práce využívá celkem 43 zdrojů, z toho 18 zahraničních, čímž vysoce převyšuje požadavky stanovené na bakalářskou práci. Teoretická část poskytuje základní přehled zkoumané problematiky marketingové komunikace se zaměřením na sociální sítě, především pak na Instagram. Vhodně jsou zde doplněny různé statistické údaje o využívání těchto nástrojů. Autorka správně a věcně cituje. Nicméně některé kapitoly teoretické části jsou spíše jen odcitovány (přímo, či nepřímo), čímž zde postrádám více vlastního textu, komentáře, kritického hodnocení autorky. V tomto pohledu tak teoretická část práce poskytuje ještě potenciál pro kvalitnější zpracování.

Adekvátnost použitých metod – Použité metody jsou vhodné a adekvátní vzhledem ke zvolenému tématu. Nicméně z hlediska akademických prací se jedná spíše o metody méně náročné, jednoduché a nikterak složité výzkumné. Ve srovnání s jinými pracemi je toto kritérium hodnocení spíše podprůměrné. Nicméně i tak tyto metody autorka použila správně, vše optimálně popsala a vysvětlila.

Hloubka tematické analýzy – práce je svým rozsahem celkem stručná, nicméně přesto je vše popsáno velmi podrobně a pečlivě. Autorka se věnuje zhodnocení dosavadní marketingové komunikace dostatečně do hloubky, stejně tak i návrhu Instagramového profilu. Co však postrádám v návrhu, je předpokládaný odhad nákladů na navržené úpravy marketingové komunikace, zejména na využití televize – viz otázka k obhajobě č. 1. Diskuse je sice zajímavá, pestrá, nicméně postrádá konkrétní odkazy na zdroje literatury, ze kterých vycházejí některá v diskusi diskutovaná témata.

Úprava práce – práce obsahuje drobné nedostatky ve zpracování textu, jako např. překlepy, nesprávné skloňování, apod. Viz níže připomínky.

Pravopis a stylistika – práce je v tomto ohledu v pořádku, plně odpovídá úrovni akademické závěrečné práce. Práce neobsahuje výraznější pravopisné či stylistické chyby.

Připomínky:

Str. 14 – chybějící řádný odkaz na zdroj – „... kroků plánování MK podle autora Kotlera.“

Str. 17 – „Současné sociální sítě odstartovaly svůj rozvoj až na počátku 20. století.“ – autorka spíše chtěla uvést 21. století.

Grafy č. 1 a 2, str. 18, 19 - chybí uvedený zdroj objektů.

Str. 20 – nesprávné skloňování – „Velký vzestup zaznamenaly videa ...“

Str. 23 – překlep – „Proto vytvářet hastagy se doporučuje ...“

Str. 24 – překlepy – „... již zmíněnou funkci hastagy.“; „V případě profile a projektů ...“

Str. 28 – překlepy – „K hlubší analýze v této práci byla dále použity údaje o sledovanosti získaná z České televize a Radia Kiss.“

Str. 31 – nesprávné skloňování – „České gymnastické federace, jako jediný oficiální zástupce evropské UEG a světové FIG pro všechny gymnastické sporty, je pověřena organizovat soutěž Grand Prix.“

Pojem „hashtag“ je v práci často uváděn jako „hastag“.

Str. 49 – pravopisná chyba – „Tímto způsobem by se každému sponzoru věnoval prostor na propagaci a sledovatelům by se tak stručně představily.“

Str. 52 – „Výhodou kvalitativního výzkumu je fakt, že jeho výsledky jsou poměrně objektivní, nevýhodou naopak skutečnost, že takový výzkum nemusí reflektovat místní zvláštnosti ...“ – autorka měla na mysli spíše výzkum kvantitativní.

V závěru autorka zbytečně rozsáhle popisuje obsah a postup práce. K tomu však slouží již samotný „obsah“ práce.

Otázky k obhajobě:

1. Na str. 42 autorka práce uvádí k prezentaci moderní gymnastiky a zkoumané soutěže v televizi: „V minulosti tuto možnost již organizátoři jednou využili, ale z finančních důvodů nenásledovalo pokračování.“ Jaká je aktuální finanční náročnost uvedeného návrhu prezentace v televizi?

Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře.

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

V Praze dne 30.4.2018

.....
PhDr. Josef Voráček, Ph.D.