

# POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Jméno diplomanta: Kříčenský Vojtěch**

**Název práce: Hodnocení českých fotbalových stadiónů pohledem diváka**

**Cíl práce: vypracovat doporučení pro výstavbu a provoz stadiónů vybraných fotbalových klubů české Gambrinus ligy**

## **Náročnost tématu na:**

- teoretické znalosti	podprůměrné	<b>průměrné</b>	nadprůměrné
- vstupní údaje / jejich zpracování	podprůměrné	<b>průměrné</b>	nadprůměrné
- použité metody	<b>podprůměrné</b>	průměrné	nadprůměrné

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

Výborně - velmi dobře - vyhovující - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	Velmi dobře (formulace cíle)
Logická stavba práce	Vyhovující
Práce s literaturou - citace	Vyhovující (viz připomínka 1)
Adekvátnost použitých metod	Nevyhovující
Hloubka tématické analýzy	Vyhovující (autor prezentuje pouze některé kroky procesu výzkumu)
Úprava práce-text-grafy-tabulky	Velmi dobře
Stylistická úroveň	výborně

## **Praktická využitelnost zpracování:**

Podprůměrná

**průměrná**

nadprůměrná

## **Hodnocení:**

Diplomová práce je zpracována povrchně ve vzájemné symbióze marketingového přístupu a psychologického přístupu. Z cíle není patrné, kdo bude stadióny hodnotit, teprve v praktické části (kap.5) může čtenář dedukovat, že to vykonává sám autor na základě jeho expertního přístupu. V podstatě jde o kvalitativní výzkum, aniž si toho autor je vědom a aniž to uvádí. Hovoří už pro to i kriteria pro výběr stadiónů do zkoumaného vzorku. Nicméně se posuzovatel ani v kap. 5.1. hodnocení stadionů, kdo je hodnotí a v jakém období je hodnocení prováděno, přestože se na to autor odvolává.

### **Připomínky:**

- 1) Citace literatury – některé ze zdrojů jsou zastaralé a v současné době existují novější vydání (např. Mulin, Hardy, Sutton – již 3. vydání). Citace mají nepřesnosti – publikace 9, ze které je citováno na s. 15 má spoluautora, titul 14 není zakončen tečkou. Z novějších publikací chybí citace speciálně k marketingu fotbalu nebo marketingu sportovních zařízení. Ačkoli autor cituje z mé publikace (s. 19) neuvádí tento zdroj, ani původní citaci původního marketingového výzkumu UFA Sports. Ve prospěch autor hovoří to, že s uvedenými zahraničními tituly pracuje, byť s některými zprostředkovaně přes překlady do češtiny (např. citace v titulu 2).
- 2) V oblasti metodologie autor používá metodu komparace aniž si je toho vědom. Zároveň neuvádí ani další metody, které naznačuje, že používá např. s. 10 cíl – popisná analýza, analýzu dokumentů a také škálování, které tvoří hlavní úlohu v jeho hodnocení.

### **Otázky k obhajobě:**

s. 34 -Kolik členů fanklubů se vyjádřilo k rozdělení kritérií do kategorií? Promítají se tyto kategorie do vah Vašeho hodnocení?

Jak je konstruována celková známka hodnocení stadionu?

Vysvětlete tab. 16 Hodnocení a pořadí stadiónů podle kategorií? Zpracování výsledků v této části je nepřehledné!

Mají fotbalové kluby zájem o výsledky tohoto průzkumu?

**Práce je doporučena k obhajobě.**

**Navržený klasifikační stupeň: vyhovující**

V Praze 19.4. 2011

.....  
Doc. Ing. Eva Čáslavová, CSc.