

# POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Günter Bittengel  
**Název práce:** Analýza marketingového mixu FK Dukla Praha a návrhy na jeho zlepšení

**Cíl práce:** Analýza jednotlivých marketingových prvků, které tvoří kompletní marketingový mix.

## Náročnost tématu na:

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

## Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

|  |             |
|--|-------------|
| Stupeň splnění cíle práce                      | Výborně     |
| Logická stavba práce                           | Velmi dobře |
| Práce s literaturou – citace, vlastní komentář | Výborně     |
| Adekvátnost použitých metod                    | Výborně     |
| Hloubka tématické analýzy, přínos diplomanta   | Výborně     |
| Úprava práce: text, grafy, tabulky             | Velmi dobře |
| Stylistická úroveň                             | Velmi dobře |

## Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná                      průměrná                      **nadprůměrná**

### Připomínky, otázky:

Práce obsahuje velké množství gramatických chyb (s. 20 „tržby by měli“, s. 21 „marketingový pracovníci“, s. 30 „otázky neobtěžovali“, s. 48 „kluby se měli“, s. 50 „přítelkyně a její kamarádka se chopili..., odchytávali..., přesunuli..., pokračovali..., s. 53 „materiály by se mohli“, s. 64 „výsledky pomohli“).

Autor nedostatečně odkazuje na zdroje faktických dat, která ve své práci prezentuje.

***V kapitole 3.4.3 uvádíte, že spotřebitel v zahraničí investuje až 40% svých příjmů do volnočasových aktivit. Z jakého zdroje jste tento údaj čerpal?***

Nesdílím názor autora, že parkoviště pro 80 – 100 vozidel je silnou stránkou klubu.

***Domníváte se, že tato kapacita bude dostačující i v případě, že Dukla Praha postoupí do nejvyšší soutěže?***

Není zřejmé, s jakým cílem autor sbíral některá data.

***Jak pomůže analyzovat a zlepšit marketingový mix klubu známkování trenéra a jednotlivých řad mužstva – viz otázka č. 3 dotazníku.***

### **Hodnocení práce.**

Celkově hodnotím práci jako kvalitní. Praktickou využitelnost pak jako nadprůměrnou. Z práce je zřejmé, že autor měl přístup k podstatným informacím, které pro své analýzy potřeboval.

Na druhou stranu se domnívám, že se měl v metodologické části více věnovat problematice stavby dotazníku. Vyvaroval by se tak chybám, kterých se při jeho konstrukci dopustil.

Některé škály jsou navrženy chybně. Např. u otázky č. 10 (co když navštěvuji webové stránky jednou, dvakrát měsíčně?), č. 14 (co když je mi 30 let?, kam mám udělat křížek?).

Dotazník vytvořený autorem bych nehodnotil jako „vědecký výzkum“ (viz úvod dotazníku).

Na závěr dotazníku je vhodné respondentovi poděkovat za jeho vyplnění.

Výsledky analýz, vyhodnocení dotazníků náleží do analytické části, nikoliv do syntetické.

### **Práce je doporučena k obhajobě.**

**Navržený klasifikační stupeň:**      **výborně - velmi dobře** v závislosti na průběhu obhajoby

V Praze dne 30. dubna 2011

---

Mgr. Jan Šíma