

POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Aleš Hlavička

Název práce: Marketingové aktivity sportovního klubu Tatran Omlux Střešovice

Cíl práce: Vyhodnocení marketingových činností vybraného klubu

Celková náročnost práce:

Podprůměrné

Průměrné

Nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	Velmi dobře
Samostatnost při zpracování tématu	Velmi dobře
Logická stavba práce	Dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Dobře
Adekvátnost použitých metod	Dobře
Hloubka tématické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Velmi dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Dobře
Stylistická úroveň, jazyk	Velmi dobře

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení:

Práce je nedodělaná a plná překlepů.

Připomínky:

Závěr je velmi krátký.

Málo vlastních názorů.

Není použita metoda shrnutí analýzy, např SWOT.

Zdroj Zamazalová (2010) je špatně vypsáný, má to být Zamazalová a kol. (2010).

Mezi překlepy ční nadpis „Metodologie“.

Věta „prostředí připomíná péči“ je nelogická (str. 9).

Autor používá dvě odlišná značení zdrojů, což by nevedlo kdyby alespoň jeden byl používán systematicky všude.

Někde jsou zdroje neocitované (např. s. 17 – u „Lidé“).

Zvolené metody nebyly vybrány optimálně.

ČSTV není ve zdrojích, ani Erbu (s. 27, 29 a dále).

Autor uvádí cíle klubu bez zdroje (s.34).

V návrhu plakátu je ročník 93/94, i když byl mistrovský titul získán i letos – nelogické.

Autor používá př. jm. „tatranský“, které je někdy matoucí, někdy měl použít „střešovický“.

Po ISBN má být „.“.

Otázky k obhajobě:

Jak hodnotíte slabé a silné stránky marketingových činností klubu? Je jeho marketing konzistentní a proč?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: Dobře

V Praze dne 6.9.2012

.....
Mgr. Jan Procházka