

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Matouš Bříza

Název práce: Analýza marketingového mixu basketbalového klubu USK Praha

Cíl práce: Provést celkové zhodnocení jednotlivých složek marketingového mixu klubu USK Praha

Jméno oponenta: Mgr. Jan Šíma

Celková náročnost tématu na:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Stupeň splnění cíle práce	výborně
Logická stavba práce	velmi dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	dobře
Adekvátnost použitých metod	výborně
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta	velmi dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	velmi dobře
Stylistická úroveň, jazyk	velmi dobře

Praktická/teoretická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná.

Hodnocení práce:

Práci hodnotím jako velmi dobrou.

Student využil kombinaci kvantitativní a kvalitativní metody k získání jasně popsanych a interpretovaných výsledků, které navíc ústí do srozumitelných a realizovatelných návrhů na zlepšení.

Pozitivně hodnotím konstrukci dotazníku, kde jednotlivé položky korespondují s nástroji marketingového mixu. Přesto o spolehlivosti odpovědí na některé otázky mám své pochybnosti. Například výsledky odpovědí na otázku č. 10, podle mého názoru, silně ovlivnila skutečnost, že většina respondentů byla získána z databáze oficiálních webových stránek USK Praha a pomocí fanoušků na facebookové stránce klubu. Přesto autor tuto skutečnost v práci nepřipouští.

Hodnocení logické stavby práce sráží chybné zařazení dotazníkového šetření a prezentace výsledků do Syntetické části.

Hodnocení práce s literaturou sráží velké množství drobných chyb v poznámkovém aparátu práce, neúplný Seznam literatury, chybné citace apod. – viz Připomínky. Navíc v analytické části práce není zřejmé, odkud autor čerpal informace (Z rozhovorů? S kým? Jaké bylo znění připravených otázek? atd.) V souvislosti s tím se některá autorova kritická hodnocení jeví jako subjektivní.

Hloubka analýzy marketingového mixu není nijak obsáhlá. Většina nástrojů je „analyzována“ v podobě textu obsahující max. 1 stranu.

Úpravu práce sráží drobné překlepy a zvýrazněné písmo na straně 48.

Stylistická úroveň také není bez chyby. Bakalářská práce je odbornou prací. Je proto nutné ji psát odborným jazykem. Jak při popisu jednotlivých fází práce, tak při analýze a interpretaci dat by měl student prokázat schopnost využívat odborného jazyka na úrovni, která se očekává od vysokoškolského studenta. Gramatické chyby se v práci nevyškytují.

Připomínky:

Zejména poznámkový aparát je studentem vypracován ledabyle a obsahuje řadu chyb a nepřesností:

- Odlišné řádkování poznámek pod čarou (např. s. 30).
- U přímých citací chybí uvedení strany, ze které autor cituje.
- Přímé citace jsou někdy vytrženy z kontextu (např. druhá přímá citace na straně 11).
- V mnoha poznámkách chybí tečka na konci, v některých diakritická znaménka („Caslavová“) či dokonce písmenka („Marketin“).
- Autor v názvech titulů, ze kterých cituje, střídá písmo s kurzívou a bez ní. U poznámky 35 dokonce přechází z jednoho způsobu (bez kurzívy) do druhého (s kurzívou).
- U poznámky č. 12 bych očekával publikaci, jejímž autorem je Lauterborn (tu student cituje), nikoliv Kotler.
- Střídání velkých a malých písmen u označení autorů (např. poznámka č. 24).

Také Seznam literatury obsahuje nedostatky. Opět zde je různé řádkování (odstavce), některé tituly jsou s označením pořadí vydání, některé bez, ale zejména zde chybí některé tituly, ze kterých student ve své práci čerpá (Kotler, P. Marketing management. 2001; Kotler, P. Marketing podle Kotlera. 2000.)

Některé citace uvnitř textu jsou zcela zmatečné. Například věta na straně 18 „Pro následující popis fází vychází autor z Kotlera (2001) a Foreta (2005)“? O jakém autoru však píše, student neuvádí, a ani z poznámky pod čarou se to čtenář nedozví.

Celkově student vždy necituje podle normy. Dalším ukázkovým příkladem budiž citace z bakalářských a diplomových prací, u kterých neuvádí vysokou školu, kde vznikly, natož jméno vedoucího.

Samotný text obsahuje řadu chyb a nepřesností. Několik nadbytečných čárek ve větách (např. ve druhé větě na straně 36 dokonce opakovaně), drobné překlepy („zskreslení“, „elektrické dotazování“), chybějící písmenka („ch“ ve slově „možných“ na straně 38). Kapitulu 5.3 autor nazval „Filozofie klubu“, aby dále psal o „filosofii klubu“.

V Analytické části, kapitole 5.1 Klubová identita USK Praha student ani tak neanalyzuje klubovou identitu klubu USK Praha, jako se spíše zamýšlí nad faktory, které identitu tvoří.

Otázky k obhajobě:

1. V práci uvádíte, že stěžejní produkt, který USK Praha je nehmotný. Proč jste se spokojil se stručnou analýzou čtyř marketingových nástrojů („4P“) a nikoliv sedmi nástrojů („7P“)?
2. Na straně 41 uvádíte, že vzhledem k tomu, že v Mattoni NBL nehraje žádný jiný pražský tým, nemá USK Praha žádnou konkurenci (myšleno v boji o diváka). Nemohl by být touto konkurencí ženský basketbalový tým, který navíc představuje současnou absolutní špičku v ženské Excelsior ŽBL?
3. Z analýzy makroprostředí by se mohlo zdát, že je v Praze (ve srovnání s jinými regiony ČR) nejlepší prostředí pro časté navštěvování sportovních akcí. Přesto tomu tak není a v menších městech je návštěvnost sportovních akcí vyšší. Čím si vysvětlujete tento paradox?
4. Několikrát je v práci zmíněno, že vstupné je nastaveno na minimální výši za účelem „pouhého pokrytí nákladů“. Jaké konkrétní „náklady“ máte na mysli?
5. Poslední věty Vaší práce zní: „Mnou zmiňované návrhy jsou však pouhá doporučení. Záleží na vedení klubu, zda je uskuteční či ne.“ Předkládal jste své návrhy vedení klubu? S jakým výsledkem?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu k diplomantovi.

V Praze dne 10. května 2012

.....
Mgr. Jan Šíma