

# POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Tadeáš Drahorád

**Název práce:** Marketingová komunikace HC Slavia Praha v sezoně 2011/2012

**Cíl práce:** navrhnout konkrétní opatření na stabilizaci a zlepšení marketingové komunikace hokejového klubu Slavia Praha po sezoně 2011/12.

**Jméno oponenta:** Mgr. Josef Voráček

**Zaměstnavatel a funkce oponenta (pokud není zaměstnancem UK FTVS):**

## **Celková náročnost tématu na:**

Podprůměrná

**Průměrná**

Nadprůměrná

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

Výborně

-

velmi dobře

-

dobře

-

nevyhovující

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

## **Praktická/teoretická využitelnost zpracování:**

Podprůměrná

**Průměrná**

Nadprůměrná.

## **Hodnocení práce:**

- Stupeň splnění cíle práce – cíl práce byl splněn pouze zčásti, protože se v práci autor věnuje celému rozsahu marketingového mixu (produkt, cena, distribuce, propagace, ...), nicméně jak název, tak cíl práce je zaměřen pouze na marketingovou komunikaci.
- Logická stavba práce – Vzhledem k výše uvedenému se tato skutečnost projevila i ve stavbě práce, kde je marketingové komunikaci věnováno velmi málo prostoru v porovnání s dalšími oblastmi.
- Práce s literaturou – mimo formální nedostatky (viz níže připomínky) je zde velkou slabinou příliš obecné zaměření teoretické části – viz níže připomínky k teoretické části.
- Adekvátnost použitých metod – vzhledem k tématu a cíli práce autor používá metody, které jsou zbytečné a navíc. Dále pak jejich zpracování není dostatečné.
- Hloubka tematické analýzy – zde je velkou slabinou teoretická část, kde se autor nevěnuje do hloubky marketingové komunikaci. Stejně tak analýza zkoumaného subjektu je velmi povrchní. Jediná kapitola, která je do hloubky zpracována, je 8.5 Public Relations.
- Úprava práce – práce vykazuje celou řadu nedostatků ve zpracování textu a tabulek – viz níže připomínky
- Stylistická úroveň – zejména v návrzích autor používá nepříliš vhodný jazyk pro akademické práce.

## **Připomínky:**

Obsah – SWOT analýza se píše s „O“, nikoli SWAT

Str. 3 – výraz „zobchodování“ není zrovna vhodný pro tento typ práce

Byť se práce a její cíl zaměřuje na marketingovou komunikaci, student v celé práci řeší převážně celý marketingový mix a marketingové aktivity.

Tabulka 1 – tabulka by měla být trochu lépe zpracována po vizuální stránce

Str. 12 – 13 – student píše v citacích o více autorech, nicméně jestliže jsou citace vztaženy ke zdroji RAMNEEK (2011), jedná se o autora jednoho, popř. je třeba uvést, o jaké autory se jedná.

Str. 13 – překlep „korky“

Str. 15 – chybí předložka – „... komunikační mix se skládá několika oblastí ...“

Str. 16 – „Pro sportovní reklamy je v tuzemsku prodej reklamních ploch klíčový...“ – student měl nejspíše na mysli „Pro sportovní kluby ...“

Str. 19 – výčet online nástrojů v PR je uveden větou, která nijak nenavazuje na předcházející text.

Teoretická východiska jsou zaměřena velmi široce na celý marketingový mix, díky tomu je jednotlivým nástrojům věnována malá pozornost a z toho vyplývající malá hloubka tematiky, vztahující se k cíli práce. Autor se v marketingové komunikaci věnuje pouze základním nástrojům jako je reklama, podpora prodeje, osobní prodej, public relations. Nástroje marketingové komunikace se neustále rozvíjejí a přicházejí nové, ať už v rámci výše uvedených základních čtyř, tak i další specifické. Tomu však diplomant nevěnuje v této části práce žádnou pozornost.

Str. 24 – Autor v metodologii u popisné analýzy cituje, že „...informace posléze prezentujeme třemi základními formami.“ Dále již pak ale tyto formy neuvádí – viz otázka č. 1 k obhajobě.

Str. 25 – chybí předložka – „Interview je rozhovor, který provádí s tazatelem tak ...“

Autor v metodologii uvádí, že provádí v práci hloubkové interview. Není však nikde uveden scénář tohoto rozhovoru, nebo alespoň nějaká stručná osnova, čeho se rozhovory budou přesněji týkat.

V kapitole o SWOT analýze autor uvádí: „Skládá se z dílčích tří analýz silných stránek (strenghts), slabín (weaknesses), příležitostí (oportunities) a hrozeb (threats). První dvě se zaměřují přímo na podnik, další dvě na jeho prostředí.“ – jedná se však o čtyři oblasti.

Str. 33, 34 – tabulky nedodržují stanovené okraje pro bakalářskou práci, dále jsou pro popisky použita menší písma než u zdrojů tabulek – to se pak vyskytuje i u dalších tabulek.

V kapitole „5.5 Partneři klubu“ autor popisuje pouze jednoho partnera a dále se pak věnuje pouze nabídce vizibility pro partnery. Dle mého názoru tak velký klub jako HC Slavia Praha poskytuje svým partnerům jako protislužby mnohem více než jen vizibilitu. – viz otázka k obhajobě č. 2.

Str. 49 – věta nedává smysl – „Grafický vzhled všech používaných materiálu (informační slidy na kostce, časopis aréna, ale i webové stránky) je roztržštěn klub až do konce sezony 2011/12 neměl grafický manuál.“

Str. 52 – věta nedává smysl – „Od nové sezony mají představitelé klubu se k O2 aréně jakkoliv negativně vyjadřovat.“

Str. 56 – věta nedává smysl – „Při analýze mikroprostředí hokejového klubu je brát v potaz vysokou loajalitu (preferenci) části zákazníků-fanoušků k určité značce-klubu, ...“

Provedené analýzy – PEST, Porterův model pěti sil, SWOT – jsou zpracovány velmi zevrubně bez potřebné hloubky a dále nejsou zpracovány tak, jak by tyto analýzy měly být.

V návrzích autor se často nevěnuje tomu nástroji, kterému je věnována kapitola – např. v produktu autor píše o design manuálu a o dalších zejména komunikačních prostředcích.

Seznam použité literatury je nejednotný – křestní jména autorů, nebo iniciály, formát uvedení autorů, atd.

## **Otázky k obhajobě:**

1. Mohl by autor objasnit, jakými třemi formami se prezentují informace z jím uvedené popisné analýzy?
2. Jaké protislužby klub HC Slavia Praha nabízí svým obchodním partnerům, jedná se pouze o vizibilitu?

**Práce je doporučena k obhajobě.**

**Navržený klasifikační stupeň: dobře.**

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

V Praze dne 14.1.2013

.....  
Mgr. Josef Voráček