

Posudek bakalářské diplomové práce

Název práce: Využití motivu lezení a horolezení v současných marketingových kampaních v ČR

Studijní obor: FAKULTA TĚLESNÉ VÝCHOVY A SPORTU

Autor/ka práce: PhDr. Simona Malkovská

Vedoucí práce: Mgr. Ladislav Vomáčko, Ph.D.

Oponent/ka: Mgr. Pavlína Míčová

Předkládaná práce je hodnocena

1. Z hlediska obsahového záměru, naplnění zadání a zpracování předepsané literatury

velmi dobře

2. Z hlediska požadavků na jazykovou správnost (pravopisné a jiné jazykové chyby)

velmi dobře

3. Z hlediska požadavků na formální úpravu, požadovaný rozsah, dodržování citačních norem, odkazy a bibliografii

velmi dobře

4. Přípomínky, náměty, otázky k rozpravě:

Předložená bakalářská diplomová práce Využití motivu lezení a horolezení v současných marketingových kampaních v ČR zaujme hned svým ambiciózním rozsahem. Namísto doporučeného rozsahu 40 až 60 stran (bez příloh) studentka Simona Malkovská předkládá práci přesahující dokonce rozsah magisterské diplomové práce. Je tedy případné se hned na začátku ptát, zda koncepce odborného textu byla kvalitně připravena, a nebo text původně vznikl spontánně, bez stanovení přesného cíle a metody. Je matoucí, když se již v názvu práce objevují dvě odlišné sportovní disciplíny jako jsou lezení a horolezení (v uvedeném preferenčním pořadí), avšak následující text je zaměřen především na problematiku horolezení. Doporučila bych téma zúžit a bakalářskou práci nazvat tak, aby více odpovídala jejímu samotnému obsahu.

V kapitole Úvod by práce měla obsahovat zdůvodnění výběru tématu a nastínění problému, který bude dále řešen, stanovení cíle a pracovních hypotéz a definici sledovaných marketingových nástrojů a k tomu využívaných typů médií. V úvodní části postrádám rovněž kritiku použité literatury, která by jednak zhodnotila dosavadní stav bádání a jednak jasněji stanovila přínos práce. V následující teoretické části se autorka dopouští zjednošujících tvrzení, kdy dělí marketingové nástroje na nadlinku (ATL) a podlinku (BTL) (s 16.). Je internetová reklama "nad" nebo "pod"? Co je třeba guerilla reklama, nebo virální komunikace? V současnosti se od uvedených rozlišení ustupuje. Problematické je, že autorka k definicím využívá zdrojů nyní již překonaných: "...mezi nástroje přímého marketingu zařazuje i některé moderní komunikační nástroje jako telefon, fax, internet a email." (s. 17). Kotlerova kniha patří ke klasické odborné literatuře

a její citace bez kritického zhodnocení - v době masivního nástupu digitálních médií a komunikace prostřednictvím sociálních sítí - je anachronické. Autorka si z komunikačního mixu vybírá tři oblasti, které bude dále analyzovat, přičemž zmiňovaným nástrojům public relations věnuje pak pouze jednu stranu z celé práce (s. 22). Navrhovala bych pro záměr práce zacílit především na potenciál oblastí celebrity marketingu a brand endorsementu, jež jsou nejtypičtější součástí marketingové komunikace, která využívá příběhů úspěšných, populárních a respektovaných osobností.

Za podstatně zajímavější považuji kapitolu Praktická část. Přínosným počinem je zde zařazený přehled jednotlivých konkrétních firem, uvedené případové studie, autentické výpovědi, sběr dat. Zmíněné informace však autorka nedokázala dostatečně využít v rámci kompletní práce.

Úroveň textu nepřesahuje kompilát několika titulů bez jasnější koncepčního ukotvení.

Práce vykazuje až příliš žurnalistickou, a nebo naopak čistě informační úroveň.

V textu se rovněž objevují stylistické a formulační neobratnosti, typografické a formální chyby. V odborném textu by neměly být používány anglicismy: "Dnešní horolezení a lezení není jen o výkonech, zdraví, pohybu nebo emocích, zážitcích a prožitcích." (s. 11). Smysl nedává věta: "Jaké hodnoty a charakteristiky v sobě skrývají skály, vrcholy a samotní lezci?" (s. 11). V kapitole Obsah je použit dvojitý druh písma, předepsaný typ Times New Roman a písmo bezpatkové (s. 9 a 10). Formální chyby lze nalézt v číslování stran práce, kdy po straně 124 následuje strana 7 (s. 124 a dále). Překlep se objevuje i v názvu kapitoly (s. 94). Internetové zdroje by se neměly uvádět zvlášť, nýbrž společně s tištěnými zdroji (s. 109 a 111).

Práci doporučuji k obhajobě.

Celkový návrh hodnocení:

velmi dobře

V Brně dne 9. září 2014

.....
Mgr. Pavlína Míčová