

POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Kateřina Zvelebilová

Název práce: Marketingový výzkum popularity ZOH Soči 2014

Cíl práce: zjistit popularitu ZOH Soči 2014 u českých návštěvníků těchto her.

Celková náročnost práce:

Podprůměrné

Průměrné

Nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

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

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení:

- Stupeň splnění cíle práce – stanovený cíl práce nebyl zcela naplněn, práce se ve výsledku orientuje jinak – popularita ZOH Soči 2014 je zastoupena velmi málo jak v samotném výzkumu, tak i v teorii.
- Samostatnost při zpracování tématu – studentka pracovala samostatně až příliš. Ve spolupráci s vedoucím nezpracovala změny, které práce vyžadovala a které byly vedoucím navrženy. Práce byla odevzdána i přesto, že vedoucím nebyla doporučena.
- Logická stavba práce – struktura práce neodpovídá zvolenému tématu a cíli. Popularitou sportu se autorka zabývá jak v teorii, tak ve výzkumu jen velmi málo.
- Práce s literaturou – práce využívá celkem 25 zdrojů, z toho 6 zahraničních. Teoretická východiska se zabývají především jinými tématy než popularitou sportu a způsoby její měření – viz níže připomínky.
- Adekvátnost použitých metod – použitá metoda dotazníkového šetření je adekvátní. Příprava, zpracování a analýza dat však příliš neodpovídají zvolenému cíli práce. Autorka navíc využívá pouze základní statistiku v podobě absolutních a relativních četností. Operacionalizace neodráží zkoumanou problematiku, což je způsobeno nedostatečnou teoretickou připraveností – viz níže připomínky.
- Hloubka tematické analýzy – jak již bylo uvedeno výše, teoretická část i samotný výzkum postrádá ve větší míře návaznost na zvolené téma a cíle bakalářské práce.
- Úprava práce – v práci se vyskytují občasné nedostatky v podobě překlepů, pravopisných chyb, apod. – viz níže připomínky.
- Stylistická úroveň – stylistika je celkem v pořádku, nicméně jazyk by v mnoha případech mohl být více akademický a odborný. Výrazy jako „myslím si, že by mohlo ...“ apod. nejsou pro bakalářskou práci vhodné.

Připomínky:

Již v abstraktu nesprávné skloňování, i s pravopisnou chybou – „... se zúčastnilo 200 osob, z nichž 182 respondentů dotazník vyplnili.“

Obrázek 5 – uveden v angličtině. Jestliže je práce v českém jazyce, i obrázky by měly být v českém jazyce.

Teoretická východiska se zabývají především marketingem, sportem, olympijskými hrami a obecným marketingovým výzkumem. Téma a cíl práce se však orientují na výzkum popularity ZOH Soči 2014. Teoretická východiska by tak měla obsahovat teoretickou problematiku a současný stav zkoumání popularity sportu, popularity sportovních akcí, metody zkoumání popularity sportu, výsledky dosavadních výzkumů a podobně. Popularitou sportu se však autorka zabývá pouze na jedné straně, což je pro potřeby bakalářské práce nedostatečné.

V metodologii chybí odkaz na operacionalizaci cíle výzkumu, která je v příloze. Navíc už jen umístění do přílohy není vhodné. Spíše než teorie k marketingovému výzkumu má být v metodologii právě metodika samotného autorkou provedeného výzkumu. Samotná operacionalizace příliš neodpovídá svým zásahem problematice popularity v dostatečném rozsahu. Tomu bylo možné zamezit právě pečlivým zpracováním teorie o popularitě sportu a metodách výzkumu popularity sportu.

Str. 33 – nesprávné skloňování – „...ze které nebyly na dané téma shromážděny žádná data sekundární.“

Str. 39 – překlep – „rrovnocenné“

Str. 44 – překlep – „... Vikelas bys první předsedou ...“

Str. 52 – překlep – „... jinou než ...“

Str. 52 – chybí tečka na konci věty

Práce se zabývá ZOH Soči 2014, dotazník se však orientuje z velké části obecně na Olympijské hry, na ZOH Soči 2014 až od 12. otázky, a je ještě otázkou, zda se tyto otázky vztahují přímo k problematice popularity.

Str. 63 – překlep – „182 respontů“

O pilotáži je zmíněno až v diskuzi, nicméně s jakým výsledkem byla provedena, to už v práci není nikde.

Vzhledem k výše uvedenému je přinejmenším diskutabilní, zda je opravdu výzkum validní, jak uvádí autorka v diskuzi.

Otázky k obhajobě:

1. Otázka zaměřující se na povědomí o OH, konkrétně na olympijské kruhy, přiřazuje jednotlivé barvy kruhů k jednotlivým kontinentům. Je však toto vysvětlení symbolu správné? Opravdu jednotlivé barvy reprezentují konkrétní kontinenty? Dle jakého zdroje je toto ověřeno?

2. Je opravdu provedený výzkum validní? Opravdu dotazník měří popularitu ZOH Soči 2014 v dostatečném rozsahu?

Navržený klasifikační stupeň: nevyhovující.

V Praze dne 9.9.2014

.....
Mgr. Josef Voráček