

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Tomáš Hanzlík

Název práce: Marketingový plán fitness centra Natálie v Českém Brodě

Cíl práce: Na základě analýzy marketingového plánu, který byl aplikován v roce 2014, navrhnout úpravy marketingového plánu pro rok 2015 a 2016

Jméno oponenta: Mgr. Jan Šíma, Ph.D.

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

Celková náročnost tématu na:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Stupeň splnění cíle práce	velmi dobře
Logická stavba práce	velmi dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	dobře
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:

Předkládaná bakalářská práce si klade za cíl vylepšit stávající marketingový plán fitness centra Natálie. Metodou k dosažení cíle bylo hloubkové interview s manažerem centra a dvěma pravidelnými klienty fitness centra, což je z mého pohledu nedostačující (viz otázka č. 1 k obhajobě). Nicméně patrná je také aplikace vlastního pozorování a zkušeností samotného autora práce.

Úvod práce je velice stručný, navíc se nevhodně z větší části věnuje marketingu v obecné rovině.

Cíle a úkoly práce jsou formulovány srozumitelně, dílčí úkoly vedou ke splnění stanoveného cíle.

Teoretická východiska jsou zpracována na celkem 18 stranách. Jsou členěna do tří hlavních kapitol (Marketing, Marketingový proces, Marketingový plán). Řazení kapitol není zcela logické, navíc je zde dle mého soudu věnován zbytečně velký prostor jednotlivým nástrojům marketingového mixu, méně pak samotnému marketingovému plánu. Autor v práci uvádí definice a myšlenky autorů, které však neuvádí v závěrečném seznamu literatury. Týká se to zejména autorů, které jsou citovány v jiných publikacích, ze kterých autor čerpal. Tento postup je však chybný a neumožňuje tak případnému čtenáři vyhledat si původní zdroj a dozvědět se o dané problematice více. Také poznámkový aparát v podobě indexů

odkazující na citace pod čarou není zcela bezchybný. Příkladem může být například index č. 18 na straně 17, přičemž zdroj k této citaci je pod čarou uveden až na následující straně. Podobných nepřesností obsahuje teoretická část více.

Metodika práce je zpracovaná na 10 stranách, ale kdyby autor práce nedělal nesmyslně velké mezery mezi jednotlivými podkapitolami, byla by tato část práce poloviční. Jinak lze potvrdit, že autor vhodně kombinuje metodologická východiska s konkrétním postupem k dosažení cíle práce. Nelze však plně souhlasit s tvrzením, že závěrečnou zprávu tvoří praktická část bakalářské práce. Ta musí vždy obsahovat také cíle a metody, ne jen výsledky.

Praktická část práce v podobě Marketingového plánu fitness centra Natálie kombinuje výsledky marketingových analýz a návrhy na zlepšení, zejména v podobě úprav jednotlivých nástrojů marketingového mixu. V pravém slova smyslu se tedy nejedná o ucelený marketingový plán, ale o dílčí úpravy marketingové strategie klubu. Některé návrhy jsou inspirativní a v praxi realizovatelné. Jinde se domnívám, že autor mohl jít více do hloubky zkoumaného problému a mohl se více zamyslet nad jednotlivými nástroji marketingového mixu. (otázka č. 2)

Chybí kapitola Diskuse, kde by bylo vhodné uvést výsledky autorova šetření do souvislosti s předkládanou teorií či zmínit, jaká byla reakce vedení klubu na předložené návrhy (otázka č. 3).

Z textu je patrné velké zaujetí autora, což lze hodnotit pozitivně. Přesto v samotném textu je nezbytné zdržet se osobní roviny, mít nadhled a argumentovat pomocí získaných výsledků. Také stylistická úroveň by měla více odpovídat skutečnosti, že se jedná o odbornou práci.

Připomínky:

1. Práce nespĺňuje některé formální požadavky, byť ty nejsou zásadního charakteru. Příkladem může být například skutečnost, že hlavní kapitoly mají být psány hůlkovým písmem.
2. Autor poněkud nezvykle střídá velikost písma a to i v pasážích, kde to není nezbytné (Obsah práce, SWOT analýza).
3. Úpravu práce kazí také naskenovaná tabulka 2 na straně 25.
4. Není vhodné pro název kapitol využívat otázku (kapitola 5.2.2).
5. Stejně tak není vhodné uvozovat kapitoly tím, co bude kapitola obsahovat, nebo čím se bude autor v kapitole zabývat. („Tato kapitola se skládá...“, „Nejdříve začnu SW analýzou...“, „V následujících kapitolách vysvětlím...“, „Nakonec bych rád uvedl...“ apod.)
6. Práce obsahuje řadu pravopisných chyb. Zvláštností je pak skutečnost, že autor nezdělal chybně umístí čárku oddělující dvě věty v souvětí (např. „Permanentky na fitness služby nejsou vůbec k dispozici výjimkou, jsou pouze permanentky do sauny.“)
7. Některé odstavce mají vyšší levý okraj než ostatní (např. úvodní odstavec kapitoly 5.4.3.1)
8. V odborné práci je třeba uvádět jména osob civilně, nikoliv domácky. Nikoliv tedy „Vítek Sahula a Katka Kypťová“, ale Vít Sahula a Kateřina Kypťová.

Otázky k obhajobě:

- 1) Pokuste se před komisí obhájit Vaše tvrzení ze strany 33, že dva pravidelní návštěvníci, se kterými byl veden rozhovor, skutečně zastupují „různé skupiny (segmenty trhu) návštěvníků fitness Natálie“.
- 2) V analýze marketingového nástroje „people - lidé“ se omezujete pouze na trenéry fitness. Jací další „lidé“ mohou ovlivnit způsob provedení služby a spokojenost zákazníka s jejím průběhem?
- 3) V závěru své práce uvádíte, že „podle Vašeho názoru praktickým využitím obsahu bakalářské práce je zlepšení konkurenčního postavení fitness Natálie v Českém Brodě a jeho okolí.“ Na základě čeho vzniklo toto Vaše přesvědčení? Byly již Vaše návrhy uvedeny do praxe fitness centra?

Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře

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

V Praze dne 7. května 2015

.....
Mgr. Jan Šíma, Ph.D.