

POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Kristina Holomková

Název práce: Návrh komunikační kampaně na pole dance s využitím Guerilla marketingu

Cíl práce: navrhnout komunikační strategii pro sportovní disciplínu pole dance, která by při budoucí realizaci mohla zvýšit povědomí o tomto sportu, a zlepšit jeho celkové vnímání.

Celková náročnost práce:

Podprůměrné

Průměrné

Nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

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

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení:

- Stupeň splnění cíle práce – předložená bakalářská práce představuje zajímavé a vcelku mladé sportovní odvětví, kterým pole dance je. Hlavním cílem práce je navrhnout komunikační kampaň za pomoci guerilla marketingu, což je adekvátně splněno. Využitelnost této práce pro praxi je nadprůměrná. Práce prezentuje kvalitní analýzy a následné návrhy, které jsou realizovatelné. Z hlediska tematického obsahu je práce celkově velmi kvalitně zpracovaná a odpovídá úrovni akademické závěrečné práce. Celkovou obsahovou kvalitu však snižuje formální stránka zpracování textu, který obsahuje velké množství jazykových chyb a nedostatků – viz níže dílčí hodnocení a připomínky.
- Samostatnost při zpracování tématu – studentka zpracovávala práci „na poslední chvíli“ a ve velmi krátkém čase, což se negativně projevilo na jazykové stránce zpracování. Přístup ke zpracování akademické závěrečné práce by měl být zodpovědnější.
- Logická stavba práce – struktura práce je jasná a logická, odpovídá zvolenému tématu.
- Práce s literaturou – Práce využívá celkem 51 zdrojů, z toho 18 zahraničních, čímž vysoce převyšuje požadavky, kladené na bakalářskou práci. Studentka vhodně formálně a věcně cituje, dodává i vlastní komentář. Teoretická východiska představují zajímavou rešerši o pole dance a problematice guerilla marketingu. Na úrovni bakalářské práce je tato část zpracována kvalitně a zabývá se právě takovými tématy, která jsou pak využita v praktické části při navrhování komunikační kampaně.
- Adekvátnost použitých metod – použité metody jsou vhodné a adekvátní vzhledem ke zvolenému tématu, nicméně v rámci bakalářských prací patří spíše jen k těm základním. Jedná se zde pouze o jeden rozhovor a dále analýzu dokumentů. Nicméně i tyto dvě metody poskytují zajímavé a relevantní informace, spolu s vlastními zkušenostmi studentky, které jsou použity pro tvorbu komunikační guerillové kampaně. Vhodně jsou zde využita sekundární data, protože pole dance se zabývá i další výzkumy nejen v České republice.

- f) Hloubka tematické analýzy – studentka se jednotlivými tématy, částmi analýz a návrhy zabývá velmi precizně a detailně. Zde je patrná zainteresovanost studentky v oblasti pole dance. Zpracované návrhy jsou podrobné, zajímavé a realizovatelné. Analýzy vhodně využívají sekundárních zdrojů dat a poskytují tak adekvátní přehled a podklady pro následné návrhy komunikační guerillové kampaně.
- g) Úprava práce – práce obsahuje velké množství nedostatků ve zpracování textu – pravopisné chyby, překlepy, formátování zdrojů, apod. V tomto ohledu je práce nevyhovující.
- h) Stylistická úroveň – stylistika textu není příliš zdařilá. Studentka nevhodně používá a kombinuje různé stylistické jazyky – „já“, „my“, „to, ono“. Zvolený jazyk by měl být konzistentní napříč celou prací. Dále je až příliš patrné, že je studentka do tématu velmi zainteresována a má na celou problematiku určitý názor, který se pak promítá do formulace některých tvrzení. V tomto ohledu je třeba být v akademické závěrečné práci jakýmsi „neustranným pozorovatelem a výzkumníkem“, čemuž v tomto případě tak není. Taktéž cíle komunikační kampaně v kapitole 6.1 by měly být formulovány jasně a nikoliv, co „by se mohlo“ (viz níže připomínky).

Připomínky:

Abstrakt by měl být podrobnější a více specifikovaný. Takto je příliš obecný bez konkrétních výsledků a informací.

Str. 11 – pravopisné chyby – „To znamená, že je potřeba aby okolí vidělo, jak náročný to je, jaké pravidla s sebou nese a co všechno s sebou přináší.“

Str. 14 – nesprávné skloňování – „V posledních letech začaly vznikat studia ...“

Str. 19 – překlep – „Mezní hlavní funkce také patří ...“

Str. 21 – překlep – „...ve své publikace popisují ...“

Str. 21 – pravopisná chyba – „...pro firmy, které přesvědčují své zákazníky, aby tak navýšili prodej ...“

Str. 24 – nesprávně uvedené odkazy na zdroje citací.

Str. 26 – překlep – „...vnímání daného momentů ...“

Str. 27 – překlep – „Marketing není jediný odvětvím ...“

Str. 27 – nelogicky sestavená věta – „V roce 1960 se veškeré kampaně soustředily na masová média a vytvářeli několik kampaní zejména v tisku a rádiích.“

Str. 27 – pravopisná chyba – „Stejně pocity nabývaly i marketéři tehdejší doby ...“

Str. 28 – nesprávné skloňování – „Tyto kritéria jsou ovlivněna ...“

Str. 28 – pravopisná chyba – „...musí snažit vyvolat v zákaznickový moment překvapení.“

Str. 31 – chybějící předložka – „At' jde nepříjemné situace...“

Str. 31 – pravopisná chyba – „Obchodníci však vyvinuly ...“

Str. 32, 33 – překlep – „Burz marketing“

Str. 32 – pravopisná chyba – „...stále více přibývá v dnešní době osob, které se nechají ukotvit společností, aby propagovali jejich výrobek.“

Str. 34 – překlepy – „Jaké typy zákazníku ...“, „...aby byla Guerillová kampaň opravdu zdařila ...“

Str. 34 – chybný odkaz na obrázek č. 1.

Str. 35 – překlep – „Přesný postup při plánován Guerillové kampaně ...“

Str. 36 – nesprávné skloňování – „...byly soukromě nahraná videa ...“, „Tyto video takřka obletěla svět.“

Str. 37 – nesprávné skloňování – „... virálnímu videu, které měla okolo ...“

Str. 37 – překlep – „Jakmile se osoba čekající na autobus posadil ...“

Seznam literatury obsahuje některé drobné nedostatky ve formátu uvedených zdrojů, stejně tak jsou někdy zdroje nesprávně zařazeny do jednotlivých částí, jak je studentka rozděluje.

Str. 39 – nesprávná skloňování ve větě – „Kvalitativní výzkum umožňuje hlubší poznání motivů chování lidí, odhalují povahu a souvislosti s návazností jejich názorů, preferencí a postojů, případně hledat jejich příčin.“

Str. 42 – překlep – „...jak je pole dance mezi sporty oblíbeny.“

Str. 44 – překlep – „Dalším faktem je finanční stránkou věci.“

Str. 44 – nesprávné skloňování – „...budeme tyto slova ...“

Str. 49 – pravopisná chyba – „svlíkají“

Str. 49 – chybějící závorka – „Samantha Holland 2010) zdůrazňuje ...“

Str. 50, 51 – zbytečně vynechané místo na stránce

Str. 52 – překlep – „Na základě těchto výzkumu ...“

Dále již vypisovat pravopisné chyby, překlepy, a podobné nedostatky ve zpracování textu práce nebudu. Práce jich obsahuje celou řadu a snižuje se tak celková kvalita práce. Důsledkem je pravděpodobně zpracovávání práce na poslední chvíli.

Na str. 53 studentka uvádí, že je návrh kampaně vytvořen na základě vlastního postupu, Nicméně by bylo vhodné doplnit, že tento „vlastní postup“ je uveden již v teoretické části, konkrétně na str. 35.

Formulace cílů komunikační kampaně jsou ve formě podmiňovacího způsobu „by mohlo“, nicméně pokud se stanovuje cíl kampaně, musí být jasný, zřetelný a formulovaný tak, že ho studentka skutečně hodlá naplnit.

Graf č. 7 – má uvedené dva zdroje, jeden přímo v obrázku, jeden v práci.

Str. 67 – poslední dva odstavce v závěru obsahují informace, které jsou pro samotnou práci nadbytečné a bez jakéhokoliv přínosu.

Otázky k obhajobě:

1. Na str. 63 – 64 studentka popisuje kritéria výběru hudby pro plánovanou guerillovou komunikační kampaň. Jaká hudba by tedy přicházela v úvahu, jaké skladby, od jakých interpretů?

2. Byly již výsledky práce prezentovány předsedkyni federace CPSAF Olze Marešové? Pokud ano, s jakým výsledkem?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře – dobře v závislosti na průběhu obhajoby.

V Praze dne 15.5.2017

.....
Mgr. Josef Voráček, Ph.D.