

POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Helena Ryšánková

Název práce: Marketingový mix DHK Baník Most a návrhy na jeho zlepšení

Cíl práce: Zjistit pomocí výzkumných metod účinnost jednotlivých marketingových nástrojů. Zpracovat návrhy a doporučení pro zlepšení marketingového mixu klubu, které mají přispět k přilákání nových fanoušků a zvýšit spokojenost těch stávajících.

Jméno oponenta práce: Markéta Pecinová

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

Celková náročnost tématu na:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Stupeň splnění cíle práce	Výborně
Logická stavba práce	Velmi dobře (přip. 7)
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Výborně
Adekvátnost použitých metod	Velmi dobře (přip. 3 a 4)
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Výborně
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Výborně
Stylistická úroveň, jazyk	Velmi dobře (přip. 1)

Praktická/teoretická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

Hodnocení práce:

Bakalářská práce na Marketingový mix DHK Baník Most a návrhy na jeho zlepšení odpovídá požadavkům pro bakalářské práce. Cíl práce je stanoven v pořádku.

Teoretická část podrobně popisuje problematiku marketingových strategií a marketingového mixu. Kapitoly 3.1. a 3.2. jsou napsány srozumitelně, jsou přesně zaměřené k tématu a autorka v nich provádí kvalitní rešerši literatury. Kapitola 3.3. je taktéž k tématu a velmi aktuální, nicméně zde autorka pouze umístila řadu nepřímých citací a pozapomněla provést rešerši této literatury. I přesto teoretickou část hodnotím jako povedenou (viz připomínka 2).

Metodologická část je popsána celkem v pořádku. Jediným nedostatkem je samotná metodika práce, kde autorka mluví příliš obecně a zapomíná na konkrétní popsání procesu jejího průzkumu (viz připomínka 3 a 4).

V analytické části autorka popisuje samotný zkoumaný klub. Následně přehledně vyhodnocuje své dotazníky. Osobně bych vyměnil kapitoly 6.2. a 6.3. Samotné návrhy uvedené v kapitole 6.3. by měly předcházet diskusi. V kapitole diskuze autorka uvádí objektivní limity svého zkoumání. Tuto část považuji za zdařilou, i když odstavec o návratnosti dotazníků by se spíše hodil do metodiky práce.

Jednotlivé návrhy, které autorka uvádí ke každé složce marketingového mixu plně navazují na získaná data z dotazování. Nicméně by bylo vhodné tuto část rozšířit alespoň o rámcový rozpočet úprav, aby bylo jasné, kolik daná úprava v klubu zasáhne do rozpočtu, a to ať pozitivně či negativně.

Závěry práce vycházejí z provedených analýz nicméně je ve většině případů velmi obecně napsán.

Připomínky:

1. anglický abstrakt nedává smysl
2. kapitola 3.3. je pouhým kompilátem nepřímých citací
3. kapitola 4.5. by měla konkrétně popisovat úpravy v dotazníku na základě např. pilotáže; kapitola je napsaná velmi obecně
4. v práci není plně rozepsaná operacionalizace samotného dotazníku, i když obecně autorka proces popisuje.
5. autorka v práci za slovem viz uvádí tečku jako by se jednalo o zkratku
6. chybí rozpočet pro navrhované úpravy
7. diskuze by v práci měla následovat až po návrzích, které autorka představuje
8. zdroj číslo 31 je nesmyslný

Otázky k obhajobě:

1. Proč jste se rozhodla výsledky vyjadřovat v procentech při počtu vrácených dotazníků 114?
2. Myslíte si, že by pro klub bylo přínosné například vysílání zápasů živě na svém webu? Jaký by to z Vašeho pohledu mělo dopad na návštěvnost utkání?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: výborně – velmi dobře

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

V Praze dne 8.5.2016

.....
Tomáš Ruda