

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomantky: Martina Chvalná

Název práce: Marketingový plán Pražské tělovýchovné unie

Cíl práce: Vytvoření návrhu marketingového plánu pro Pražskou tělovýchovnou unii, včetně analýz vnějšího a vnitřního prostředí s úmyslem zlepšit prosperitu této organizace pomocí marketingových aktivit.

Celková náročnost tématu na:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

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

Praktická/teoretická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

Hodnocení práce:

Diplomová práce si klade za cíl vytvoření marketingového plánu sportovní organizace, což samo o sobě je cíl, který je obtížně realizovatelný v podobě práce, jejíž doporučený rozsah má být 60-80 stran. I přes toto omezení lze říci, že cíle práce bylo dosaženo. Všechny povinné náležitosti marketingového plánu práce obsahuje, byť jejich zpracování zůstává někdy spíše na povrchu.

Úvod práce obsahuje informace, které by neměly být předmětem této kapitoly. Formulace cíle a souhrn výsledků patří do samostatných kapitol Cíle a úkoly a Závěr.

Teoretická část práce je z mého pohledu i k výše uvedenému zbytečně rozsáhlá. Nicméně je zpracována pečlivě a prezentovaná teoretická východiska jsou autorkou komentována ve vztahu ke stanoveným cílům práce.

Metodická část práce vhodným způsobem kombinuje teoretická východiska spolu s prezentací konkrétních kroků vedoucích ke splnění cíle práce.

Výsledková část začíná prezentací Pražské tělovýchovné unie následovanou situační analýzou. SWOT analýza je zpracována na velmi dobré úrovni, byť se nemohu zbavit dojmu, že některé příležitosti je v silách PTU přímo ovlivnit a nelze je tedy řadit mezi analýzu vnějšího prostředí (viz otázka k obhajobě).

Vše ústí v syntetickou část začínající kapitolou 5.4. Také její zpracování hodnotím pozitivně. Autorka vhodným způsobem aplikuje dříve prezentované teoretické poznatky do praxe PTU.

Výše uvedené nedostatky nepovažuji za zásadní, v rozporu s pozitivním hodnocením celé práce. Práce má jasně stanovený cíl, logickou strukturu i adekvátně zvolené základní metody. Je psána spisovným jazykem, stylisticky bez výhrad. Marketingový plán je zpracován kvalitně a z mého pohledu může být inspirací k potenciálním změnám v Pražské tělovýchovné unii.

Připomínky:

1. Chybí kapitola Diskuse.
2. Poslední číslovanou kapitolou by měl být Závěr.
3. Stránky nejsou číslovány.
4. Práce obsahuje malé množství překlepů i pravopisných chyb, kterým se autorka nevyvarovala ani v názvu státu.

Otázky k obhajobě:

- 1) Co brání PTU nabídnout svým zákazníkům nové služby či pořádat akce pod hlavičkou unie?
- 2) Předložila jste vámi formulovaný marketingový plán představitelům unie? Pokud ano, s jakým výsledkem?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: výborně

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

V Praze dne 6. září 2016

.....
PhDr. Jan Šíma, Ph.D.