

## Posudek

na diplomovou práci „Projekt managementu a marketingu sportovní akce na příkladu Coca-cola Školského poháru na léta 2009-2011“ Petra Jeřábka, studenta 4. ročníku oboru Management TVS

---

### **Náročnost tématu na jeho řešení:**

Téma, které autor zvolil, kombinuje pro jeho řešení teoretické znalosti oblasti managementu a marketingu v aplikaci na sportovní akce se zkušenostmi z oblasti jejich praxe. Uvedené téma vyžaduje znalost zahraničních prací, protože v ČR k teorii managementu a marketingu sportovních akcí zatím nebyla zveřejněna žádná učebnice ani odborná publikace. V tomto ohledu jde o průkopnický přístup a práce je náročná především v oblasti projektovaných změn. (kap. 6 a 7). Tady autor postupuje metodologicky správně z výsledků analýzy SWOT a výsledků z hloubkových interview s odborníky. Výsledky z interview zpracované autorem jsou velmi stručné a nedopovídají zadaným otázkám, nedozvídám se ani o marketingových problémech (ot. 9), ani o podpoře MŠMT ČR ve spolupráci s ČMFS (ot.7) a o pozici poháru v roce 2013 není zmínka. Z tohoto hlediska má autor celkem plochá východiska pro inovace v kap. 7. V komunikační strategii autor velmi dobře popsal pozici cílových skupin a jejich důležitost pro komunikaci s firmou Coca-cola, určitě mohl být lépe zpracován rozpočet komunikace (s. 71), protože jsou známy a dostupné ceny pro inzerci a reklamní spoty v rozhlasových stanicích.

### **Teoretické znalosti:**

Teoretická východiska odpovídají řešenému tématu. Autor vysvětluje teorii marketingu, teorii marketingu sportu s aplikací na sportovní akce, zároveň teorii managementu a a sportovního management opět s aplikací na sportovní akce. V rozboru teoretických východiscích pro manažerské činnosti sportovní akce postrádám personalistiku vztah profesionálů a dobrovolníků a finanční plánování sportovní akce.

Autor má však poměrně bohaté odkazy na literaturu zahraniční. Autoři jako Freyer, Heinemann, Mullin, Hardy, Sutton, Graham, Neirotti, Goldblatt, což jsou dnes uznávané osobnosti sportovního managementu, marketing a ekonomiky sportu.. Teoretická část představuje 31 stran práce.

**Použité metody a jejich adekvátnost k řešení tématu:** Autor uvádí v kapitole metodologie práce 3 metody, a to metodu popisné analýzy ,hloubkové interview s odborníkem a SWOT. Rozebírá je obecně, ale zároveň velmi dobře naznačuje, jak je konkrétně využívá při zpracování tématu. Metodologicky je tu mezera v tom, že autor neuvádí, jakým způsobem získala prvotní data pro analýzu SWOT.

V závěrech, kde aplikuje metodu SWOT, myslím si však, že pro pořadatele akce by bylo nutné doplnit práci rozbohem dodatečných nákladů, které by vznikly dalším rozvíjením silných stránek i eliminací slabých, ale i rozvojem příležitostí a hrozeb. (podklady pro manažerské rozhodování)

### **Logická stavba práce, úprava a stylistická úroveň:**

Diplomová práce studenta má logickou strukturu, kterou tvoří 74 stran textu, 21 titulů literatury, 11 příloh, 5 obrázků. Logicky jsou řazeny i jednotlivé kapitoly.

### **Práce s literaturou:**

Autor uvádí 21 titulů literatury, které jsou citovány podle bibliografické normy ISO 690. V literatuře jsou uvedeny 9 titulů původní zahraniční literatury managementu a marketingu sportu a ekonomiky sportu.

***Připomínky a otázky k obhajobě:***

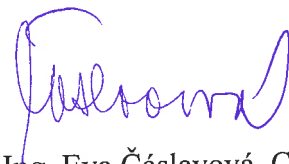
s. 72 – závěry tučným písmem

Dotaz: Vyhodnocuje firma Coca-cola nějakým způsobem efektivnost této akce a přínos pro firmu?

Které druhy nákladů vidíte pro tuto sportovní akci jako limitující??

s. 78 a dále –chybí názvy jednotlivých příloh

**Návrh klasifikace:** velmi dobře – dobře , konečná známka bude stanovena na základě ústní obhajoby



Doc. Ing. Eva Čáslavová, CSc.

V Praze dne 20.4.2006