

Posudek

na diplomovou práci „Popularita olympijských her u veřejnosti ve srovnání s prezentací v tištěných médiích“ Romany Barbořikové, studentky 4. ročníku oboru Management TVS

Náročnost tématu na jeho řešení:

Téma, které autorka zvolila, kombinuje pro jeho řešení teoretické znalosti oblasti marketingu a propagace v aplikaci na velkou sportovní akci.

Jde o téma rozsáhlé a pracná především z hlediska procesu provedeného výzkumu, jehož prvá část se věnuje obsahové analýze ročníků Mladé fronty Dnes 2004, 2006 a Hospodářských novin 2004, 2006 a dotazníkového šetření k popularitě OH u veřejnosti na vzorku 400 respondentů.

DP je cenná především s ohledem na aktuální diskusi o OH v Praze. Ukazuje za prvé, jak mocná jsou média ve tvorbě obrazu o OH a jak se dívá na popularitu OH veřejnost.

Teoretické znalosti:

Teoretická východiska odpovídají řešenému tématu. Autorka vysvětluje teorii marketingového výzkumu, médií, public relations, fakta z oblasti olympijských her. U novin vysvětluje povahu jednotlivých novinových útvarů, které využívá při obsahové analýze. Teoretická část je rozsáhlá a představuje představuje 38 stran práce.

Použité metody a jejich adekvátnost k řešení tématu:

Autorka uvádí v kapitole 4 Metodologická východiska 2 metody – metodu dotazování a obsahovou analýzu pro média. Obě metody jsou adekvátní k řešeným částem výzkumu popularity.

U otázky č. 6 by bylo lépe nechat vybrat z celé řady vrcholových sportovních akcí a ne respondentům přímo vnucovat OH.

Myslím si, že je škoda, že autorka nepoužila při zpracování výsledků statistické metody, aby odhalila závislosti mezi jednotlivými fakty popularity a věkovými skupinami, pohlavím, vzděláním. (např. Mladí občané více využívají jako zdroj informací internet, starší televizi apod.) Dalo by se to využít k lepšímu zasažení cílových skupin sponzorů ČOV, deníků apod.

Logická stavba práce, úprava a stylistická úroveň:

Diplomová práce studenta má logickou strukturu, kterou tvoří 95 stran textu, 12 titulů literatury, 19 citací webových stránek, 6 příloh. Tabulka 6 a 7 by byly lepší ve sloupcových grafech, kde by bylo na první pohled zřejmé, které zdroje jsou nejvýznamnější u veřejnosti. Práce má dobrou grafickou i stylistickou úroveň.

Práce s literaturou:

Autorka uvádí 20 titulů literatury a 6 citací webových stránek, dále 3 citace z novin a časopisů, které jsou citovány podle bibliografické normy ISO 690. V literatuře jsou uvedeny tituly z marketingového výzkumu, komunikace, z materiálů k olympijským hrám a ročníky zkoumaného tisku. Zatímco v oblasti médií a komunikace autorka prezentuje novější tituly u marketingového výzkumu čerpá z Herzmana a kol. (1995) a Příbové (1996) má uvedeny tituly starší, ačkoliv je na trhu novější literatura k tomuto tématu. V bibliografických citacích jsou uvedeny 2 tituly zahraniční literatury.

Připomínky a otázky k obhajobě:

Dotaz:

- 1) Které sportovní akce v popularitě konkurují OH na českém území u veřejnosti?
- 2) Zvyšuje se čtenost deníků v období průběhu a přípravy OH?
- 3) Znáte nějaké zahraniční výzkumy k popularitě sportu nebo přímo OH?

Návrh klasifikace: výborně - velmi dobře, konečná známka bude stanovena na základě ústní obhajoby

V Praze dne 24.4.2007



Doc. Ing. Eva Čáslavová, CSc.