

# POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Veronika Jalamudisová

**Název práce:** Marketing Pražské streetballové ligy

**Cíl práce:** Cílem bakalářské práce je analýza marketingové koncepce Pražské streetballové ligy a jejích marketingových cílů. Při zpracování analýzy jsme použili marketingový mix 7P, SWOT analýzu a dotazování hráčů, abychom zjistili jejich postoje k lize. Na základě výsledků analýzy se pokusíme navrhnout opatření vedoucí ke zlepšení marketingové činnosti. Pokusíme se doporučit, jak využít marketingové strategie pro rozšíření počtu družstev v Pražské streetballové lize a jak soutěž zlepšit, aby byli spokojeni hráči i vedení.

## **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	velmi dobře
Logická stavba práce	velmi dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	dobře
Hloubka tématické analýzy, vlastní přínos diplomanta	velmi dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	velmi dobře
Stylistická úroveň, jazyk	Nemohu posoudit jazyk

## **Praktická využitelnost zpracování:**

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

## **Hodnocení,**

Vzhledem k tomu, že streetball byl uznán jako olympijský sport, Česká republika je úspěšná na mezinárodním poli a došlo k významnému růstu v oblasti streetballových turnajů a ligových soutěží v ČR, tato práce je dobře načasovaná a významná. Teoretické pozadí práce je kompletní a dobře strukturované. Grafy, které znázorňují historické trendy Pražské streetballové ligy, jsou užitečné a dobře zpracované. Marketingový mix je důkladný. Obsahuje vyvážené množství pozorování, náhled do situace ze strany vedení ligy, získaný z rozhovorů a z dotazníkového šetření.

Práce obsahuje hodně užitečných doporučení jak pro marketing, tak i pro organizaci Pražské streetballové ligy. V závěrečné části je velmi konkrétní seznam navíc k dalším doporučením uvedeným v diskusním oddíle a oddíle výsledků. Doporučení jsou dobrou reakcí na pozorování a dotazování hráčů.

Vybraná metodologie je adekvátní vzhledem k cíli této práce: osobní pozorování, dva rozhovory s ředitelem a dotazování hráčů. Bohužel dotazníkové šetření mezi pouhými 10 účastníky nemůže být považováno za dostatečně adekvátní pro analýzu marketingu.

## **Připomínky:**

V práci je uveden vynikající popis Pražské streetballové ligy, dalších streetballových soutěží a historie streetballu v České republice. Vzhledem k velkému počtu ligových soutěží a turnajů v zemi (viz tabulka 2) je to velmi působivé.

Obrázek č.1 dává velmi dobrý přehled o turnajích pořádaných Streetballovou Manií.

Oddíly pod sekci marketingová komunikace, zahrnující webové stránky, Facebookové a Instragramové účty Pražské streetballové ligy, jsou důkladně zpracované a obsahují detailní data týkající se počtu postů, shlédnutí a lajků.

Je dobré, že přepisy rozhovorů nebo emailové odpovědi jsou součástí příloh.

Vzhledem k tomu, že tématem této práce je marketing, bylo by vhodnější do ní zahrnout více vizuálních příkladů některých marketingových komunikačních snah, které byly provedeny. Tři příklady jsou uvedené v přílohách.

SWOT analýze chybí hlubší vhled a vysvětlení. Přesto je dobře citována a brána v úvahu v sekci výsledků, kde jsou zkoumány dotazníky účastníků.

Rozhovory nejsou správně citovány v textu a nejsou uvedené v referencích.

Tabulka č.2 je ve výše uvedeném textu uvedena jako Tabulka č.1 (strana 41).

### **Otázky k obhajobě:**

1. Grafy č. 5 a 6 ukazují významný pokles účasti týmů nad 18 let (z téměř 50 v roce 2012 k méně než 15 v roce 2014 u mužů a z 16 v roce 2012 ke 2 v roce 2015 u žen). Čemu připisujete tento velký pokles? Jaké marketingové kroky byly v důsledku podniknuty?
2. Počet shlédnutí, lajků a sdílení všech tří zkoumaných komunikačních médií – webových stránek, Facebookové stránky a účtu na Instagramu – jsou velmi nízké. Proč si myslíte, že tomu tak je a co byste doporučila, aby se počty v budoucnosti zvýšily?
3. Které z vámi uváděných marketingových doporučení považujete za nejdůležitější pro vyšší účast v Pražské streetballové lize?

### **Práce je doporučena k obhajobě.**

**Navržený klasifikační stupeň:** velmi dobře

V Praze dne

.....