

POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta/studentky: Kristýna Palátová

Název práce: Marketingový mix sportovního studia JOYfit

Cíl práce: analyzovat stávající marketingový mix sportovního studia JOYfit a sestavení SWOT analýzy a na základě získaných podnětů pak navrhnout případné úpravy současného marketingového mixu, které by společnosti měly pomoci získat větší počet zákazníků.

Celková náročnost práce:

podprůměrná **průměrná** nadprůměrná (zvýrazněte)

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující (uved'te)

Stupeň splnění cíle práce	Velmi dobře
Samostatnost při zpracování tématu	Výborně
Logická stavba práce	Velmi dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	Dobře
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos studenta/studentky	Velmi dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Velmi dobře
Pravopis a stylistika	Výborně

Praktická či teoretická využitelnost zpracování:

podprůměrná **průměrná** nadprůměrná (zvýrazněte)

Hodnocení práce:

- Stupeň splnění cíle práce – Předložená bakalářská práce se zabývá standardním tématem marketingového mixu ve sportovních službách. Stanovený cíl splňuje adekvátně na této úrovni. Práci považuji za průměrnou, odpovídající požadavkům na akademickou závěrečnou práci. Práce má praktickou využitelnost a doporučuji jí k obhajobě.
- Samostatnost při zpracování tématu – Studentka pracovala samostatně, vzhledem k tomu, že se jedná o opravu bakalářské práce, zapracovala nejdůležitější připomínky.
- Logická stavba práce – Struktura práce je jasná a logická vzhledem ke zvolenému tématu. V práci mi však chybí kapitola, věnující se shrnutí a výsledkům provedeného rozhovoru.
- Práce s literaturou – práce využívá celkem 30 zdrojů, z toho 7 zahraničních, čímž splňuje požadavky na bakalářskou práci. Teoretická východiska jsou zpracována adekvátně. Studentka využívá zejména nejdostupnější českou i zahraniční literaturu. Tyto zdroje však řádně cituje, doplňuje vlastní komentář. Celkově je tato část práce standardně zpracována, skýtá však některé rezervy v podobě kvalitnější, pestřejší a zajímavější rešerše k marketingovému mixu wellness a fitness služeb.
- Adekvátnost použitých metod – Celkově jsou zvolené metody správné a adekvátní, nicméně jejich využití je spíše průměrné. Jeden velmi stručný neformální rozhovor a dotazníkové šetření o počtu 26 respondentů patří spíše k průměrně náročným metodám pro bakalářskou práci. Větší rezervy vidím ve zpracování metodiky analýzy dat.
- Hloubka tematické analýzy – Zpracované analýzy jsou adekvátní a na standardní úrovni pro bakalářskou práci. Studentka poskytuje základní popisy jednotlivých prvků marketingového mixu daného studia, doplňuje je výsledky provedeného dotazování, následnou SWOT analýzou a vyplývajícími návrhy. Právě návrhy poskytují některé zajímavé postřehy a nápady pro budoucí reálné využití. Pozitivně hodnotím i grafické zpracování inovace v prostorovém řešení

studia. Rezervy však vidím ve stručnosti některých kapitol, věnujících se dílčím nástrojům marketingového mixu (viz níže připomínky) a také slabší diskuzi v kontextu polemiky s teoretickou částí práce.

- g) Úprava práce – formální úprava práce je v pořádku, plně odpovídá úrovni akademické závěrečné práce. Nicméně se studentka nevyvarovala drobným nedostatkům ve formě odstavců vytvořených uprostřed vět a drobných překlepů. Viz níže připomínky.
- h) Pravopis a stylistika – práce je z hlediska pravopisu a stylistiky v pořádku, plně odpovídá akademické závěrečné práci.

Připomínky:

Analýza by neměla být hlavním cíle práce. Analýza je jen prostředek k další nějaké tvorbě. Proto by hlavní cíl měl být formulován jinak s větším důrazem na tvorbu změn v marketingovém mixu.

Str. 15 – odstavec vytvořený uprostřed věty – „Cenová rozhodnutí jsou ovlivňována vnitřními a vnějšími faktory prostředí.“

Str. 30 – 31 – odstavec vytvořený uprostřed věty – „... marketingového mixu důležité zaměřit se na velikost provozovny v závislosti na počtu zákazníků, ...“

Str. 33 – odstavec vytvořený uprostřed věty – „V závěru dotazníku jsou identifikační otázky zaměřující se na samotného respondenta.“

Dotazníkové šetření přineslo pouze 26 dotazníků od respondentů, což není příliš velké číslo. Při takto malém výzkumném souboru lze polemizovat o tom, zda šlo skutečně o kvantitativní výzkum.

Kapitola 4.5 popisuje způsob analýzy dat jak z písemného dotazování, tak z neformálního rozhovoru. Nicméně zde by měla být podrobnější specifikace použitých metod pro analýzu jak kvalitativních, tak kvantitativních dat. Kapitola 4.6 má dále nelogický název, protože závěrečná zpráva se neanalyzuje, nýbrž vypracovává.

Str. 40 – překlep – „fibal“

Kapitola 5.2.3 Místo by mohla obsahovat rozsáhlejší informaci o analyzovaném subjektu z hlediska polohy, spádové oblasti, dopravní dostupnosti (i z hlediska času) apod.

Str. 53 – studentka uvádí: „Odpovědi na tuto otázku navíc ukazují, že 12 respondentů bydlí nejspíše blízko sportovního studia, jelikož chodí pěšky.“ Pěšky však dle grafu na obrázku 12 chodí pouze 5 respondentů. 12 jich jezdí MHD.

Str. 58 – překlep – „Na výběr byly tři odpovědi: ...“

Měření nástroje „proces“ z pohledu zákazníků ve výzkumu je poněkud stručné, vzhledem k tomu, co vše je u procesu uvedeno v kapitole 5.2.6. Výzkum pak zkoumá jen včasnost informování a způsob rezervace.

V práci zcela chybí kapitola, věnující se hlavním výsledkům a východiskům, získaných z provedeného neformálního rozhovoru.

Diskuse obsahuje stručný komentář a rekapitulaci k provedenému výzkumu. Některé postřehy pro budoucí výzkum i komentáře jsou vhodné a opodstatněné. V diskuzi mi však zcela chybí polemika zjištěných výsledků a návrhů v kontextu teoretických východisek.

Seznam literatury obsahuje drobné formální nedostatky ve formátu uvedených zdrojů.

Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře.

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu ke studentovi/studentce.

V Praze dne 14.1.2019

.....
PhDr. Josef Voráček, Ph.D.