

POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta/studentky: Michaela Rovňanová

Název práce: Marketingová komunikace České baseballové asociace

Cíl práce: předložit návrhy a doporučení na zlepšení marketingové komunikace České baseballové asociace.

Celková náročnost práce:

podprůměrná průměrná **nadprůměrná** (zvýrazněte)

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

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

Stupeň splnění cíle práce	Výborně
Samostatnost při zpracování tématu	Výborně
Logická stavba práce	Výborně
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	Výborně
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos studenta/studentky	Výborně
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 představuje rozsáhlý materiál ohledně marketingové komunikace ČBA. Celkově práce shrnuje dlouhodobou koncepční a systematickou práci na analýze a návrzích marketingové komunikace ČBA jak během roku 2018, tak i následně 2019. Z tohoto pohledu je práce svým zpracováním a kvalitou nadprůměrná, splňující cíl a doporučuji jí k obhajobě.

Samostatnost při zpracování tématu – Studentka pracovala samostatně, svědomitě, pravidelně konzultovala s vedoucím práce.

Logická stavba práce – Struktura práce je jasná, logická, obsahuje všechny podstatné a nezbytné kapitoly.

Práce s literaturou – Práce využívá celkem 45 zdrojů, z toho 14 zahraničních, čímž vysoce převyšuje požadavky na bakalářskou práci. Teoretická východiska poskytují základní přehled a specifikace jednotlivých nástrojů marketingové komunikace, se kterými autorka pracuje poté v praktické části. Studentka správně (věcně i formálně) cituje, dodává vlastní komentáře. Pozitivně hodnotím především zaměření na ty nástroje, které jsou aktuální pro ČBA, stejně jako snahu aplikovat obecná východiska na prostředí českého baseballu. Domnívám se však, že by se dala rešerše udělat pestřejší s větším zaměřením na prostředí sportovních ligových soutěží a celkově sportu. Využití internetu a sociálních médií ve sportu je již oblast, pro kterou existuje mnoho odborných zdrojů, které by bylo žádoucí v této práci využít.

Adekvátnost použitých metod – Autorka použila (na úrovni bakalářské práce) poměrně velké množství metod. Tyto metody jsou vhodné, adekvátní a dobře využité pro analýzu a výzkum potřebných informací, ze kterých lze vycházet pro návrh úprav marketingové komunikace ČBA. Veškeré postupy, popisy a vysvětlení aplikace metod jsou pečlivě uvedeny v metodické části práce a doplňujících přílohách. Autorka prokázala velmi dobré schopnosti pracovat s vědecko-výzkumnými metodami jak

kvalitativního, tak kvantitativního charakteru. Díky použitým metodám považují tuto práci za nadstandardně náročnou.

Hloubka tematické analýzy – Zpracované analýzy v bakalářské práci jsou velmi rozsáhlé, velmi podrobné a velmi detailní. Autorka použila mnoho výzkumných metod, které dokázala správně aplikovat a výstupy z těchto analýz a výzkumů tvoří významnou část celé práce. Hloubka zpracování je tak nadprůměrná i z pohledu časového harmonogramu, resp. časového rozpětí zpracování analytické části. Vyplývající návrhy tak mají více než dostatečné podklady, jsou zpracovány taktéž velmi konkrétně a adekvátním způsobem, včetně odhadovaného rozpočtu. Diskuze by však zasloužila větší polemiku se zpracovanou teorií, nicméně i tak je rozsáhlá, stejně jako vyplývající závěry.

Úprava práce – formální úprava práce vykazuje drobné občasné nedostatky jak v textu, tak i ve vložených objektech – viz níže připomínky. Nicméně autorka text doplňuje velmi vhodně zajímavými a velmi zdařilými ilustracemi včetně materiálů v přílohách, což hodnotím pozitivně.

Pravopis a stylistika – pravopisná stránka práce je v pořádku, autorka se vyvarovala významnějších nedostatků. Jako stylistický jazyk zvolila „já“ jazyk, který někdy působí poněkud kontroverzně, nicméně práce je z mého pohledu tím pádem velice dobře čtivá.

Připomínky:

Obsah – nejednotné zarovnání kapitol 3.3.5.1 a 3.3.5.2.

Str. 14 – chybějící odkazy na zdroj – „Dle Smithe se termín marketing ...“; „Na začátku své publikace se Smith také věnuje ...“; „Dle Smithe je důležité si uvědomit ...“; „Sportovní marketing chápe Smith jako ...“

Str. 17 – výraz „budget“ je sice používán v pracovním marketingovém slangu, nicméně bakalářská práce je v češtině, a proto je vhodné a navíc velmi snadné použít český ekvivalent „rozpočet“.

Str. 18 – chybějící odkazy na zdroje – „Bednář radí, aby prvním krokem ...“; „...potvrzení Janouchova tvrzení o snižujícím ...“

Zdroje u vložených objektů (tabulky, obrázky, atd.) se mají uvádět zvlášť, nikoli jako součást nadpisu objektu.

Str. 19 – nadpis na konci stránky

Tabulka 2, str. 24 – nedodržení okrajů stránky

Str. 28 – „Jurczyk (2019) tvrdí, že zavedení Messenger bota přináší přístup k 1,2 bilionu facebookových uživatelů.“ – jedná se spíše o 1,2 miliardy uživatelů, „billion“ v angličtině znamená miliardu v češtině. Jde tak nejspíše o nesprávný překlad.

Str. 43, obrázek 8 – nedodržení předepsaných okrajů stránky

Str. 45, obrázek 10 – horší čitelnost

Str. 56 – slovo navíc – „Pracovníci asociace se domluvili se, ...“

Str. 75 – chybějící odkaz na zdroj – „V kapitole 3.3.1 jsem zmínila, jaké aktivity souvisejí s event marketingem dle Šindlera.“

Seznam literatury má být číselný.

Navržený klasifikační stupeň: výborně.

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

V Praze dne 31.8.2019

.....
PhDr. Josef Voráček, Ph.D.