

# POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Jméno diplomanta/diplomantky:** Matěj Kohout

**Název práce:** Webová prezentace basketbalových klubů v Kooperativa NBL

**Cíl práce:** Hlavním cílem diplomové práce je prostřednictvím marketingového výzkumu vytvořit souhrn doporučení pro webovou prezentaci sportovního klubu na základě hodnocení webových stránek stávajících, ale také na základě požadavků, doporučení a očekávání návštěvníků stránek.

**Jméno oponenta:** William Crossan

**Zaměstnavatel a funkce oponenta (pokud není zaměstnancem UK FTVS):**

## **Celková náročnost práce:**

podprůměrná                      průměrná                      nadprůměrná                      (zvýrazněte)

## **Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:**

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

Stupeň splnění cíle práce	dobře
Logická stavba práce	dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	dobře
Adekvátnost použitých metod	dobře
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta/diplomantky	dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	velmi dobře
Pravopis a stylistika	Nemohu posoudit jazyk

## **Praktická či teoretická využitelnost zpracování:**

podprůměrná                      průměrná                      nadprůměrná                      (zvýrazněte)

## **Hodnocení práce:**

Předložená diplomová práce je zajímavá a aktuální, potenciálně může být hodně užitečná pro profesionální týmy v kontextu českých ligových soutěží. Bohužel je práce poměrně povrchní, od teoretických východisek, přes design a metodologii až po výsledky a doporučení. Autor zakládá práci na dvou předchozích diplomových pracích, což vidím jako nedostačující. Autor hodnotí webové stránky primárně z vlastního pohledu a subjektivního hodnocení, přičemž není dost kritický. Provedené focus groups neobsahují reprezentativní výběr respondentů, zahrnující všechny stakeholdery (zájmové skupiny). Analýza a následná doporučení mají hlavně technický a designový (vzhledový) charakter. Pro jednotlivé kluby se tak může jednat o drobná zlepšení, která jsou v práci zpracována, nicméně nejedná se o žádné zásadní aspekty.

Práce s literaturou – citace, vlastní komentář

V práci jsou použity zejména čeští autoři. Většina zdrojů a citací, zvláště v teoretické části, jsou více jak 10 let staré. To je vzhledem ke zkoumanému tématu neustále se rozvíjejícího internetového marketingu nevhodné. Diplomant pro definice používá primárně starší české monografie a dále české diplomové práce pro hodnotící kritéria. Nejsou zde zastoupeny články z vědeckých časopisů, zejména zahraniční.

#### Adekvátnost použitých metod

Hodnocení webových stránek je hodně subjektivní. Vybrané prvky nejsou jasně definované. Považuji za nedostačující hodnocení všech 12 webových stránek jen jednou osobou. Bylo by lepší použít nezávislé hodnocení více osobami.

Focus groups nezahrnují správné složení respondentů. Je patrná snaha vybrat do skupinové diskuse věkově i pracovní rozdílné respondenty. Hlavní problém vidím v tom, že webové stránky jsou pro více zájmových a cílových skupin, než jen pro fanoušky, nicméně skupinová diskuze i otázky se týkaly především pohledu fanoušků.

#### Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta/diplomantky

V kapitole Diskuze se bohužel diplomant nevrací k teoretickým východiskům a nesrovnává s nimi výsledky práce a praktickou část. Například by bylo vhodné srovnat a ohodnotit webové stránky KNBL se stupni prezentovanými na straně 20-21 od autora Řezáče (2016). Taktéž by bylo vhodné srovnat například vlastní výsledky s výsledky autora Ježka (2019) na straně 28-30. Celkově tak teoretická část působí jen jako povinná součást diplomové práce bez větší návaznosti na praktickou část.

Diskuzní část obsahuje pouze souhrn včetně omezení (limitations) a pouze dvě věty obsahují srovnání s další diplomovou prací.

Doporučení pro kluby sice vyplývají z provedeného výzkumu, nicméně autor by je pravděpodobně mohl zpracovat a uvést i bez provedení výzkumu. V tomto ohledu bych očekával kvalitnější a rozsáhlejší doporučení.

#### **Připomínky:**

Kapitola 2.4.3 Kritéria hodnocení internetových stránek používá jako hlavní zdroj diplomovou práci autorky Vondráškové (2013). Je docela zajímavé, že studentka magisterského studia vymyslela sama tato kritéria. Je autorka Vondrášková původní zdroj těchto kritérií, nebo již ona převzala tato kritéria z nějakého jiného zdroje? Je zajímavé, že diplomant vybral hodnotící metodu z jiné diplomové práce, když je zpracováno mnoho dalších osvědčených hodnotících kritérií.

Definice sportovce ze strany 30 neponechává prostor pro sportující děti v klubech, které mají daný sport jen jako zábavu, popřípadě pro jejich rodiče. Rodiče a děti používají velice často stejné webové stránky jako fanoušci. Také tato část cílové skupiny není zmiňována v metodické části, kde je definována cílová skupina.

Na straně 31 diplomant uvádí rozdělení diváků do tří skupin bez uvedení zdroje. Není zde tedy jasné, zda autor vymyslel toto členění sám, nebo to patří ještě k předtím uvedenému autoru Slepíčkovi (1990). Avšak existuje mnoho dalších rozsáhlejších a užitečnějších členění diváků (např. Wann, 1999, 2002, 2008; Carpenter a Scanlan, 1993, 1998, 2009; Crawford, 2004; McDonald, 2004; Westerbeek, 1999).

V kapitole o marketingovém výzkumu jsou popsány a uvedeny 4 způsoby a metody pro pozorování uživatelů na internetových stránkách a následně v metodické části diplomant konstatuje, že nejsou využity kvůli finanční a technické náročnosti.

Na str. 43 v metodologii diplomant uvádí, že v kapitole 5.2 Focus group jsou výsledky prezentovány pomocí shrnujícího protokolu a doslovné transkripce. Doslovná transkripce v kapitole 5.2 není a ani nemá být. Je vhodné jí přiložit v přílohách práce, ale v tomto případě tomu tak není.

Graf č. 7 není moc čitelný.

Prezentace výsledků z Focus group není moc přehledná. Více prostoru je zde věnováno odpovědím, které jsou odlišné, než shrnutí společných odpovědí.

#### **Otázky k obhajobě:**

1. Pro kterou cílovou skupinu jsou internetové stránky KNBL primárně vytvořeny? Je možné uspokojit všechny cílové skupiny v rámci jediné webové stránky? Který tým to dělá nejlépe?

2. Jak byste srovnal Vaše výsledky s tím, co je prezentováno na straně 28-30 od autora Ježka (2019)? Srovnání okomentujte a vysvětlete.

3. Několikrát jsou v práci zmíněné webové stránky zámořských profesionálních týmů v jednotném formátu. Můžete vysvětlit proč tomu tak je? Bylo by možné sjednotit webové stránky týmů KNBL? Jaké by to mělo výhody a nevýhody?

**Navržený klasifikační stupeň:** Dobře

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu k diplomantovi/diplomantce.

V Praze dne 13.1.2020

.....  
Mgr. William Crossan, Ph.D.