

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Nikola Kukačková
Název práce: Značka Českého hokeje

Cíl práce: Cílem práce je na základě závěrů realizovaného výzkumu navrhnout vhodný archetyp pro značku Český hokej a popsat její rebranding.

Jméno vedoucího: PhDr. Tomáš Ruda, Ph.D.

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

Český svaz ledního hokeje z.s. - Projektový manažer

Celková náročnost tématu na:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Stupeň splnění cíle práce	Velmi dobře
Logická stavba práce	Velmi dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	Dobře
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Velmi dobře
Stylistická úroveň, jazyk	Dobře

Praktická/teoretická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná.

Hodnocení práce:

Bakalářská práce na téma Značka Českého hokeje odpovídá svým rozsahem a zpracováním požadavkům pro psaní bakalářských prací.

Teoretická část provádí dostatečnou rešerši v oblasti značky a s ní souvisejících pojmů. Autorka zde vhodně popisuje i specifika sportovní značky. Bylo by ale vhodné popsat detailněji specifika značky sportovní organizace na úrovni sportovního svazu a vysvětlit proč je pro sportovní organizaci třeba znát archetyp své značky a jakým způsobem pak může následně tuto znalost aplikovat do jednotlivých opatření v oblasti marketingu.

Metodická část je sepsána v dostatečném rozsahu pro bakalářské práce. Občas se zde však objevují určité nedostatky v oblasti odborné terminologie. Pozitivně hodnotím snahu o realizaci pilotáže, byť na velmi malém vzorku respondentů i snahu o odborné posouzení obsahové validity jednotlivých otázek v rámci přípravy interview. V metodologické části však postrádám informaci o ověření metody zjišťování archetypů prostřednictvím obrázkové metody. Použití této metody vyvolává řadu metodologických otázek, které by mohly být v daném typu práce alespoň zmíněny.

Analytická část je zpracována dobře a přehledně. Jednotlivé grafy i tabulky jsou na první pohled srozumitelné. Autorka přebírá velké množství obrázků z oficiálního webu Českého hokeje a zejména popis jednotlivých dresů je zbytečně zdlouhavý. Jeví se jako vhodnější seřadit nejvýznamnější dresy do jednoho obrázku a provést stručný popis vývoje dresu. Použití statistických metod odpovídá požadavkům bakalářské práce.

Výsledková část je relativně rozsáhlá a dobře popisuje jednotlivá zjištění. Samotná zjištění ale nejsou příliš dobře vysvětlena v kontextu fungování sportovní organizace typu Českého hokeje.

Kapitola diskuze je sepsána velmi stručně a má k vědecké diskuzi daleko.

Závěry práce jsou rovněž stručné a chybí zde alespoň nástin možného využití výsledků v každodenní činnosti Českého hokeje.

Zásadní nedostatky: nejsou.

Celkově práci považuji za lehce nadprůměrnou až průměrnou.

Připomínky:

1. Autorka v úvodu (strana 9) konstatuje, že se v případě Českého hokeje jednalo o první kompletní rebranding svazu. Zdá se, že tím autorka míní první na území ČR. Tomu tak ale ve skutečnosti není, neboť již před ledním hokejem přistoupil ke kompletnímu rebrandingu například i Český florbal.
2. Model archetypu zobrazený na obrázku č. 3: Operacionalizace (strana 34) postrádá slovní popis vztahů mezi jednotlivými teoretickými koncepty archetypu, které jsou zde uvedeny. Není zde uveden ani zdroj, ze kterého autorka při tvorbě tohoto modelu vychází, natož zjištěné hodnoty např. faktorové analýzy, které by uvedené vztahy podpořily.
3. Autorka v Kapitole 5.2.2. (na straně 42) uvádí, že do roku 2018 používal Český hokeje jako logo svazu velký státní znak. Toto tvrzení je však nesprávné, neboť Český svaz ledního hokeje disponoval od roku 1993 logem své organizace. Stejně tak je zde konstatováno, že byl velký státní znak používán jako logo národního týmu. Český svaz ledního hokeje však dlouhodobě používal značku Czech Ice Hockey Team jako svou ochranou známku pro reprezentační družstva v ledním hokeji.
4. V kapitolách Diskuze či Závěr chybí alespoň nástin toho, jak je možné uvedená zjištění, ke kterým autorka dospěla, využít v každodenní činnosti Českého hokeje. Samotné zjištění archetypu je sice zajímavé, nicméně bez jakéhokoliv naznačení možností jeho následného využití v marketingové činnosti svazu se přínos práce jeví z pohledu samotné sportovní organizace jako minimální.
5. V části Diskuze (strana 74) autorka zmiňuje problém u otázky č. 3 použitého dotazníku, kdy konstatuje, že došlo při přisuzování vlastností značky k přiřazení daných vlastností samotné hře (lednímu hokeji), a nikoliv značce Český hokej, jak bylo při tvorbě dotazníku zamýšleno. Zároveň předkládá stanovisko, že to pro účel práce nevedí. V práci není nikterak naznačeno, jak k tomuto zjištění a k následnému závěru autorka dospěla. Uvedeným konstatováním se navíc otevírá metodologický problém obsahové či zjevné validity jednotlivých otázek v použitém dotazníku, který není v práci nikterak řešen.
6. S předchozí připomínkou souvisí i problematika obsahové či zjevné validity u otázky č. 5 použitého dotazníku, kde dochází ke zjišťování archetypů značky Český hokej prostřednictvím obrázkové metody, kdy respondenti uvádějí na 5-stupňové Lickertově škále do jaké míry daný obrázek vystihuje značku Český hokej. V práci není uvedeno, zda byla tato metoda v minulosti ověřena a následně použita, a zda a do jaké míry opravdu zjišťuje daný archetyp.
7. V práci se objevuje několik překlepů a pravopisných chyb.
8. V tištěné verzi práce chybí číslování stránek, což zhoršuje orientaci v textu a nakládání s tiskopisem.

Otázky k obhajobě:

1. Můžete vysvětlit vztahy mezi jednotlivými koncepty v modelu archetypu, a jak jste k tomuto modelu dospěla nebo odkud jste jej čerpala?
2. Můžete uvést, jak jste řešila validitu dotazování?
3. Můžete zmínit, jak mohou být vaše zjištění aplikována v běžné činnosti Českého hokeje a jaký je praktický přínos těchto zjištění?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře - dobře

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

V Praze dne 25.8.2021


.....
PhDr. Pavel Landa, PhD.