

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Petra Nachtigalová

Téma práce: Projekt marketingové komunikace Mistrovství České republiky v lezení na obtížnost a rychlost 2008

Cíl práce: navržení optimální kombinace jednotlivých částí komunikačního mixu s ohledem na typ akce, cílové skupiny a cíle propagace s využitím specifík sportovní reklamy. Na základě charakteristiky akce nalezení co nejvhodnější a nejefektivnější marketingovou komunikaci vedoucí k celkovému úspěchu akce.

Náročnost tématu na:

- teoretické znalosti	podprůměrné	průměrné	nadprůměrné
- vstupní údaje / jejich zpracování	podprůměrné	průměrné	nadprůměrné
- použité metody	podprůměrné	průměrné	nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - vyhovující - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	Výborně
Logická stavba práce	Velmi dobře
Práce s literaturou - citace	Velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	Výborně
Hloubka tématické analýzy	Výborně
Úprava práce-text-grafy-tabulky	Výborně
Stylistická úroveň	Výborně

Praktická / teoretická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení, připomínky – příp. otázky k obhajobě:

Bakalářská práce je zpracována jak po stránce obsahové, tak po stránce formální a rozsahové na velmi dobré úrovni. Nicméně mám k práci několik připomínek. Tou první je číslování stránek příloh. Přílohy jsou k práci pouze „přiloženy“, nejsou přímou součástí práce, proto se stránky příloh nečíslují.

Seznamy grafů, obrázků a tabulek je vhodnější umístit za použitou literaturu, ne do příloh.

Na stranách 10, 12, 13, 14 a 19 jsou uvedeny citace z literatury, která není uvedena v seznamu použité literatury.

Na str. 27, 28 je uveden popis disciplín lezení. Oba popisy se dle autorky týkají lezení „na rychlost“. Je však zřejmé že zde jde o „přepis“, jelikož z textu je jasné, že se popisují právě dvě rozdílné disciplíny.

I přes tyto připomínky však celkově tuto práci hodnotím velice pozitivně.

Otázky k obhajobě:

Při inzerci do časopisu, nedá se zvážit jiná možnost periodika, které vychází častěji než jednou za dva měsíce? Proč je zvolen právě tento časopis Montana?

Vzhledem k tomu, že v práci není uveden rozpočet na samotnou organizaci závodu, pouze částka, která vznikla rozdílem mezi příjmy od sponzorů a náklady na marketingovou komunikaci, lze na komunikační mix vyčlenit větší částku pro další ročníky soutěže, nebo je opravdu organizace této akce takto nákladná?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: Výborně.

V Praze dne 7. 5. 2009



Mgr. Josef Voráček
oponent bakalářské práce