

POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Tadeáš Drahorád

Název práce: Marketingová komunikace HC Slavia Praha

Cíl práce: Popis a analýza marketingové komunikace jmenovaného hokejového klubu

Celková náročnost práce:

Podprůměrné

Průměrné

Nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

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

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení:

Práce je silně nevyvážená.

Připomínky:

Teoretická část je slabá.

Použité metody nejsou nejlépe vybrány.

Chybí shrnutí analýzy, například za pomoci SWOT.

Chybí odkazy na zdroje, např. na str. 6 (3P), 9 (cenová tvorba), na str. 23 (vedení klubu).

Práce má jen 18 zdrojů literatury.

U tabulky na str. 26 je uvedena vlastní tvorba, ač je jasné, že bylo použito hned několik externích zdrojů, podobně i dále u dalších ceníků a u průměrné návštěvnosti.

„Vladimír Růžička“, str. 32.

Na str. 35 je obrázek programu Explorer, necitován, a hlavně zbytečný.

Chybí vlastní komentář (např u demografického vývoje, s. 47, kde chybí i zdroj!)

Otázky k obhajobě:

Jaké jsou hlavní slabiny a silné stránky současné marketingové komunikace HC Slavia? Jak byste vyhodnotil výši cen?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: Dobře

V Praze dne 6.9 2012

.....
Mgr. Jan Procházka