

POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Jakub Svoboda

Název práce: Marketingová koncepce pro I. ČLTK Praha

Cíl práce: vytvořit marketingovou koncepci I. ČLTK Praha, která identifikuje současný i budoucí stav organizace, stanoví cíle organizace a strategie jejich dosažení, definuje marketingový mix a určí způsob implementace a kontroly stanovených strategií

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 - dobře - nevyhovující

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

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení:

Práci po obsahové i formální stránce hodnotím jako velmi kvalitní. Ve srovnání s ostatními jako nadprůměrnou.

Teoretická část včetně metodologické je zpracována na vysoké úrovni. Konkrétně bych ocenil autorem zpracované schéma 5, které přehledným způsobem popisuje jednotlivé fáze marketingové koncepce sportovní organizace, a které může být podkladem pro další práce tohoto typu.

Také analytická část je kvalitní a měl bych k ní pouze drobné připomínky (viz níže).

K syntetické části práce tedy k Mixu marketingových nástrojů a Implementaci a kontrole zvolených nástrojů nemám připomínek.

Připomínky:

V tabulce č. 12 „Srovnání s konkurencí na trhu rekreačního tenisu“ bych očekával zařazení také 1. ČLTK, jinak srovnání s konkurencí není zřejmé. Podobně je tomu tak u tabulky č. 15, 17 a 18.

Domnívám se také, že vzhledem k relativně malému počtu respondentů by bylo vhodnější uvádět výsledky v absolutních počtech, nikoliv v procentech.

Přímé citace odpovědí respondentů by měly být označeny kurzívou či alespoň uvozovkami (vyhodnocení otázek č. 5, 6, 8, 13) a stejně by se neměly opakovat („WC smrdí. WC smrdí“).

Některé faktory STEP analýzy nejsou podle mého názoru zařazeny správně. Například „nejvyšší průměrná mzda z pohledu ČR“ je, spíše než společenský faktor, faktor ekonomický.

Výsledky odpovědí na otázku č. 2 a zejména na otázku č. 4 jsou patrně ovlivněny skutečností, že autor sbíral data také prostřednictvím stránky 1. ČLTK na facebooku. Autor však tuto skutečnost nezmiňuje.

Stejně tak autor nekomentuje některé rozpory ve výsledcích. Například z grafu č. 10 vyplývá, že mezi dotazovanými byli i 3 respondenti ve věku 0 – 14 let, přesto v následujícím grafu pouze 1 respondent označil možnost „bez vzdělání“.

Autorova druhá hypotéza „Více než 70 % respondentů považuje ceny nabízených služeb za přijatelné.“ mi připadá nešťastně formulovaná. Ukazuje se to zejména u vyhodnocení na straně 5.4.2, kde autor tvrdí, že byla nepotvrzena („pouze“ 68,7 % respondentů označilo v dotazníku právě tuto možnost). „Nepozorný“ čtenář by tak mohl nabýt dojmu, že pro zbytek respondentů je cena nepřijatelná (drahá). Tak tomu ale není, neboť dalších 4,7 % respondentů označilo ceny jako „levné“. V součtu se tedy dostáváme na autorem zvolených 70%.

Otázky k obhajobě:

Z cen uvedených v kapitole 5.1.4 je zřejmé, že „roční členství hrající“ je levnější (13.000,- Kč) než „roční členství dočasné“ (15.000,- Kč)?

Můžete komisi vysvětlit tento rozpor?

Jedním z ekonomických strategických cílů, které navrhuje je „rozšířit výnosy klubu navýšením počtu sponzorů (alespoň na 25 z dnešních 21)“

Domníváte se, že „navýšení počtu sponzorů“ je jediný způsob, jak pomocí sponzoringu získat více prostředků?

Zavedení autorem navrhovaných opatření představuje více práce pro generálního manažera a jeho asistenta, přesto autor při uvádění nákladů neuvažuje o tom, že by těmto zaměstnancům klubu byla zvýšena odměna za jejich práci.

Jakým způsobem lze, podle Vašeho názoru, motivovat manažery klubu k zavedení Vámi doporučených opatření?

Domníváte se, že je možné navýšit odměnu manažerům například formou podílu ze zisku způsobeným nárůstem počtu členů klubu či počtu sponzorů? Kdo má v tomto rozhodující slovo v klubu?

Předkládal jste Vaše návrhy manažerům klubu? S jakým výsledkem?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: výborně

V Praze dne 2. 8. 2011

.....
Mgr. Jan Šíma