

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Michaela Svojanovská

Název práce: Management sportovní akce Prague International Streetball Cup

Cíl práce: Určit klíčové body organizace sportovní akce a na základě názorů účastníků posoudit jejich úspěšnost, případně navrhnout doporučení pro zlepšení.

Jméno oponenta: Mgr. Jan Šíma

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

Celková náročnost tématu na:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

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

Praktická/teoretická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná.

Hodnocení práce:

Autorka se na 58 stranách své bakalářské práce věnuje nejprve teorii pořádání sportovních akcí včetně mnoha citací pojmu manažer, projekt apod., poté prezentuje výsledky krátkého dotazníku – sestaveného v českém a s chybami v anglickém jazyce – určeného pro účastníky sportovní akce Prague International Streetball Cup, který byl pořádán v rámci celosvětové série v Praze na Václavském náměstí. Jako další metodu pro splnění cíle využila rozhovor s jedním (!) divákem akce a „rozhovor“ s oběma organizátorkami, kterým byly položeny celkem 3 (!) otázky. Na základě takto získaných informací sestavuje SWOT analýzu včetně vlastních doporučení pro následující ročník této sportovní akce, kde mj. využila i vlastních zkušeností ze zúčastněného pozorování. V práci autorka čerpá z celkem 23 uvedených zdrojů, které zahrnují 9 českých publikací, 8 zahraničních publikací a 6 internetových zdrojů.

Připomínky:

V první řadě poukážu na drobnější formální nedostatky práce. Nadpisy hlavních kapitol by měly být podle normy psány velkým písmem. V textu se objevují nadpisy neuvedené příslušným číselným označením kapitoly (např. str. 11 nadpis „Povaha a rozsah sportovního odvětví“ či tučné nadpisy v kapitolách 4.1 a 4.2). V kontrastu s tím je uvedení celkem čtyř různých kapitol na straně 20 (3.5.3, 3.5.4, 3.5.5, 3.5.6). V práci také chybí doporučená kapitola „DISKUSE“. Uvedené připomínky jsou méně podstatné, nežli další mé výtky, a slouží spíše jako doporučení pro případnou diplomovou práci.

V abstraktu práce autorka v metodách uvádí pojem „kvalitativní rozhovor“, aniž by uvedla, o jaký typ rozhovoru se skutečně jedná.

Ve vypsání úkolech práce v kapitole č. 2.2 chybí sběr dat. Po sestavení dotazníku navazuje autorka rovnou vyhodnocením odpovědí, přitom sběr dat je nezbytnou realizační fází výzkumu a autorka ho pak v práci skutečně provedla a komentuje.

Autorka neuvádí strany přímých citací a neumožňuje tak případným čtenářům dohledání těchto citací a dozvědět se o citovaném tématu více. Navíc necituje vždy dle pravidel českého pravopisu (přibližně každá druhá citace začíná i končí uvozovkami nahoře). Některé citace jsou nesrozumitelné (viz otázka č. 1 k obhajobě). Většina citací úplně postrádá vlastní autorčin komentář. Autorka dokonce v některých kapitolách uvádí pouze odstavec či více odstavců citací a bez jakéhokoliv komentáře začíná další kapitolu (např. kap. „3.3 Manažer“, „3.3.1 Projektový manažer“ a „3.3.2 Sportovní manažer“). Celkově práci s literaturou hodnotím jako slabou. A to zejména k velkému množství přímých citací, které navíc nejsou nijak komentovány. Teoretickou část práce tak z velké části tvoří jen jakýsi kompilát opsaných pasáží z různých zdrojů, namísto toho, aby se autorka alespoň pokusila o kvalitní rešerši nastudované teorie.

Také závěrečný seznam literatury nemá jednotnou formu. Někde jsou uvedeny počty stran publikace, jinde nikoliv. Někde pro název publikace používá autorka kurzívu, jinde nikoliv. Autorka si měla s daným seznamem literatury dát více práce a věnovat mu alespoň jednu intenzivní kontrolu. V seznamu použitých zdrojů navíc postrádám odkaz na příslušný zákon, když autorka v kapitole „3.6 Reklama a sponzorování“ využívá přímé citace definice pojmu „reklama“ Parlamentem ČR z roku 1995. Zdroj této definice není uveden ani v textu, ani v seznamu použitých zdrojů (viz otázka č. 2 k obhajobě).

V samotné praktické části (za kterou se zde považují kapitoly 5, 6, 7 a 8) autorka realizovala zejména písemné dotazníkové šetření, kde pracovala s českým dotazníkem pro české a slovenské hráče a anglickým dotazníkem pro zahraniční hráče. V metodologické části se ovšem ani slovem nezmiňuje o problematice takového překladu dotazníku do cizího jazyka. V anglickém dotazníku v příloze č. 4 lze nalézt navíc několik gramatických chyb včetně špatného vystavení otázky v anglickém jazyce jako takovém (otázka č. 2 chybí sloveso, otázky č. 5, č. 12 a č. 13 nejsou skladbou věty otázkou). Je třeba si uvědomit, že pokud studentka reprezentuje fakultu na takovéto události a využívá dotazník do své bakalářské práce (což uvádí v úvodním odstavci dotazníku) je třeba mít překlad dotazníku kvalitně zpracován (viz otázka č. 3 k obhajobě). Za zamýšlení také stojí, zda se bakalářská práce spíše netýkala marketingového výzkumu spokojenosti účastníků než celého managementu sportovní akce.

V prezentaci jednotlivých výsledků šetření autorka uvádí výsledky na škále „velmi spokojen“, „spokojen“, „spíše nespokojen“, „nespokojen“ – prvním problémem by byla nesymetričnost této stupnice, kde např. opakem možnosti č. 2 není možnost č. 3 ale až možnost č. 4. Lepší stupnicí by bylo „velmi spokojen“, „spíše spokojen“, „spíše nespokojen“, „velmi nespokojen“. Co je ovšem zarážející je skutečnost, že autorka komentuje a zobrazuje výsledky na takto zvolené slovní škále, přitom v dotazníku respondenti pouze kroužkovali čísla 1 až 4, aniž by věděli, jaké slovní hodnocení znamenají hodnoty 2 a 3 (to autorka uvádí pouze u krajních hodnot). V takovém případě není validní v koláčových grafech u možností 2 a 3 uvádět, že se jedná o respondenty „spokojené“ a „spíše nespokojené“, když tuto slovní alternativu v daném dotazníku a u daného čísla neměli k dispozici. Stejný problém je pak u grafů, kde autorka slovně vypisuje škálu jako „zcela vyhovuje“, „spíše vyhovuje“, „spíše nevyhovuje“ a „nevyhovuje“. Některé koláčové grafy také postrádají jakýkoliv slovní komentář (č. 4, č. 5., č. 7, č. 9 – tedy víceméně třetina uvedených grafů).

Ve SWOT analýze (kterou autorka v teoretické části definuje pouze s užitím internetového zdroje a nikoliv s využitím tištěných odborných publikací) uvádí autorka vlastní doporučení pro zlepšení. Některé hrozby plynoucí pro akci však zůstaly autorkou nepovšimnuty. Například případ, kdy by město nedovolilo pořádání turnaje na Václavském náměstí.

Otázky k obhajobě:

1) V definici sportovního manažera dle Watta (2003) na str. 17 a 18 doslova mj. uvádíte:

„Sportovní management musí být vždy považován za omezenou a krátkodobou kariéru. Zatímco v současné realistické kariéře a platových podmínkách jich je jen několik v UK, když se podíváme do severní Ameriky, je to příklad, že je docela možné vidět sportovní management jako významnou kariéru.“

Mohla byste komisi objasnit, o co se v této citaci jednalo a ze které konkrétní strany publikace tato citace je? Uvedený překlad je totiž naprosto nesrozumitelný.

2) Z jakého konkrétního zdroje jste čerpala citaci definice reklamy dle Parlamentu ČR v kap. 3.6 na str. 23? V daném textu ani v seznamu použitých zdrojů daný zdroj uveden není.

3) Jaká úskalí přináší realizace totožného dotazníkového šetření ve více jazycích? Jakými, alespoň základními, pravidly by se překlad takového dokumentu měl řídit? Jakým způsobem jste Vy osobně dotazník překládala?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: dobře

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

V Praze dne

.....
Mgr. Jan Šíma