

POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Višněvský Andrej

Název práce: IDENTIFIKACE OSOBNOSTI ZNAČKY MEZINÁRODNÍ SPORTOVNÍ UDÁLOSTI MISTROVSTVÍ

Cíl práce: cílem práce je zjistit, které osobnostní charakteristiky jsou nejvíce asociovány se značkou mezinárodní sportovní události mistrovství světa v ledním hokeji u pražské populace.

Celková náročnost práce:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	velmi dobře (viz připomínka 1)
Samostatnost při zpracování tématu	výborně
Logická stavba práce	výborně
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	výborně
Adekvátnost použitých metod	výborně
Hloubka tématické analýzy, vlastní přínos diplomanta	výborně
Úprava práce: text, grafy, tabulky	velmi dobře (viz připomínka 2)
Stylistická úroveň, jazyk	velmi dobře (poznámky 3 a 4)

Teoretická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení:

Bakalářská práce v rozsahu 67 stran textu, 8 obrázků, 22 grafů, 3 tabulky a 37 titulů bibliografických citací (z tohoto 23 cizojazyčných) a 1 příloha se zaměřuje na téma marketingového výzkumu osobnosti značky mistrovství světa. Část teoretická včetně úvodu, cíle a metodologie je prezentována na 37 stranách, vlastní výzkum včetně diskuse a doporučení na 29 stranách. Struktura bakalářské práce je dobře logicky zpracována s vymezením všech náležitosti pro proces marketingového výzkumu. Zpracovává data od 300 respondentů pražského regionu a pracná je především ve výpočtu velkého množství statistických ukazatelů a zpracování grafů pro jednotlivé vlastnosti osobnosti značky. Předností práce je rozsáhlá pasáž o metodologii zabývající se posuzování osobnosti značky, která nastiňuje vývoj metod s touto problematikou v historickém vývoji včetně jejich pozitivní i negativních stránek. Vývojově autor navazuje na práce J. Petráčkové, kdy autorka na základě svého výzkumu v doktorandské práci, kdy pracovala se standardizovanou metodou, dala doporučení pro změnu některých vlastnosti, které se jeví jako nevhodné pro měření osobnosti značky sportovních událostí. Autor tak novátorsky prověřil tuto změnu. Zároveň prokázal, že nad úroveň bakalanta umí zdařile pracovat s ukazateli popisné statistiky.

Připomínky:

- 1) v cíli by bylo lépe konstatovat, že práce se zkoumá, jak jednotlivé osobnostní charakteristiky vystihují uvedenou značku, určitě se práce nezabývá zkoumáním příčin souhlasu nebo nesouhlasu respondentů, spíše jde až o problémové spekulace v diskusi
- 2) s. 39 – v barevných grafech jsou málo čitelné hodnoty
- 3) s. 62 - v diskusi vysvětlíte poznámku o inovacích (4. odstavec), některé poznámky a úvahy jsou v diskusi vysvětleny málo a stroze

4) s. 41 – poslední věta dole - „byly použity ukazatele četnosti a popisná statistika „ ,vždyť ukazatele četnosti jsou součástí popisné statistiky

5) V příloze 1 je uveden dotazník se logem Mistrovství světa v ledním hokej 2013, ale vizibilita značky v jednotlivých ložích se mění a svádí respondenty posuzovat poslední připomenuté mistrovství, spíše by bylo vhodné uvést loga obr. 1

Otázky k obhajobě:

1) Vysvětlíte z jakého důvodu byla navržena úprava metody Geuense, Weijterse, De Wulfa ve Vaší práci včetně doporučení Petráčkové?

2) Myslíte si, že vlastnosti, které jsou uvedeny jako vystihující, nebo převážné vystihující využívá ve svých marketingových kampaních k mistrovství světa v ledním hokeji Škoda Auto, a.s. – hlavní partner mistrovství?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: výborně – velmi dobře (konečná známka bude stanovena na základě průběhu obhajoby)

V Praze dne 5.5.2012

.....
Doc. Ing. Eva Čáslavová, CSc.