

POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: BITTENGELO Günter

Název práce: VYUŽITÍ SPONZORINGU FK DUKLA PRAHA V MARKETINGU SPONZORA

Cíl práce: vypracovat doporučení pro hlavní partnery FK Dukla Praha s ohledem využití partnerství v jejich marketingové činnosti

Jméno oponenta: Eva Čáslavová

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

Celková náročnost tématu na:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně

-

velmi dobře

-

dobře

-

nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	Výborně
Logická stavba práce	Velmi dobře (viz hodnocení)
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Výborně
Adekvátnost použitých metod	Výborně
Hloubka tématické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Velmi dobře (viz hodnocení)
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Velmi dobře (viz připomínky 3,4)
Stylistická úroveň, jazyk	Dobře (viz hodnocení i připomínky ke gramatice)

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná.

Hodnocení práce:

Diplomová práce zahrnuje 89 stran textu, 3 přílohy, 3 diagramy, 13 tabulek, 2 grafy a 50 zdrojů bibliografických citací. Práce má logickou stavbu ve svých kapitolách. Nicméně pro dostatečnou hloubku analýzy a pochopení zvláštností, které autor uvádí v analýze současné marketingové činnosti FK Dukla Praha (např. nezáměr klientů o ukazatele účinnosti, partner a většinový vlastník v jedné firmě, nezáměr o diváky, společnost nemá marketingové cíle), postrádám v práci kapitolu, která by prezentovala analýzu českého trhu sponzoringu ve fotbale především s ohledem na jeho zvláštnosti. Vidím tady mezeru mezi zdroji z oblasti sponzoringu, které jsou ze zahraničí a konkrétní analýzou s ohledem na český fotbalový klub. Vylepšilo by to práci i strukturálně, neboť úvod, cíle, teorie a metodologie prezentují 46 stran a vlastní přínos v podobě analýzy a návrhů 39 stran. Nicméně vlastní přínos autora (monitoring i návrhy pro hlavní partnery) ukazuje jeho zdařilou odbornou zainteresovanost v tématu. Zvláštní je i styl, ve kterém diplomant svoji práci pojednává. Píše o sobě jako o autorovi, tj. ve 3., osobě, což v některých pasážích zmatečné, protože není zřejmé, zda se jedná o řešitele DP nebo o autora komentované publikace. Nicméně práce vykazuje celou řadu překlepů i několik hrubých chyb.

Připomínky:

- 1) – chyby: s.19, s.22, s. 59., s.82, s.85
- 2) zvláštní formulace např. „sponzoring nebývásamotným výkřikem do tmy“, s. 63 „běžná smlouva o reklamě“
- 3) s. 55 – název diagramu 2 by měl obsahovat název konkrétní společnosti, v textu musí být vždy odkaz i na číslo diagramu,
- 4) s. 65 – chybí zase odkaz na číslo tabulky
- 5) s. 67-68 – z monitoringu je spíše zřejmé, co všechno nešlo udělat než šlo udělat, spíše by to patřilo do diskuse
- 6) pokud jde o nové návrhy reklam, chybí jejich vizuálnost, což je v reklamě základ
- 6) v závěrech není třeba uvádět co je cílem práce, na to máte kap. 2

Otázky k obhajobě:

- 1) Vysvětlete, proč klienty FC Dukla nezajímají ukazatele účinnosti reklamy, proč tuto činnost tedy realizují?
- 2) Vysvětlete průběh monitoringu vybraného týdne včetně důvodů pro jeho výběr!

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře

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

V Praze dne 29.4.2013

Podpis

.....

Jméno