

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Günter Bittengel

Název práce: Využití sponzoringu FK Dukla Praha v marketingu sponzora

Cíl práce: Analýza a návrhy na změny ve sponzoringu vybraného mužstva

Celková náročnost práce:

Podprůměrné

Průměrné

Nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	Výborně
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	Velmi dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Velmi dobře
Stylistická úroveň, jazyk	Velmi dobře

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení:

Práce je velmi zdařilá.

Student pracoval velmi samostatně a dobře, zároveň sledoval doporučení.

Práce je vyvážená a dobře postavená.

Student se zaměřil na dva sponzory, což umožňuje i určité srovnání v rámci využití sponzoringu toho samého klubu.

Z devíti uvedených úkolů/ „dílčích kroků“ je šest analytických a to z různých druhů zjišťování a analýzy informací.

Student mimo jiné provedl poměrně náročný monitoring médií, čímž napomohl lepší hloubce analýza diplomové práce.

Teoretická část je velmi dobře zaměřená na sponzoring ve sportu.

Autor použil širokou škálu zdrojů (50) s velkým podílem zahraniční literatury.

Připomínky:

Tu a tam se objevují češtinářské nedostatky („několika násobně“, „zisk diváků“ str. 11, „postup sebou přinesl“ s. 12). Nebo také „fakterem ovlivňující“ s. 23. Nedostatky se objevují v průběhu celé práce, což je škoda.

Na str. 15 je v jedné větě použito 1.os. mn. č a ihned poté „charakterizuju“. Na stejné straně „lze (ji?) stanovit“. Naopak na str. 19 je 3. os. j. č.

Na str. 16 není jasná návaznost mezi dvěma „interpretacemi tří přidaných nástrojů“, možná to šlo lépe vysvětlit.

Věta „Rázem mu tak vzrostou tržby a získá podíl na trhu, ale je to opět závislé na typu sponzorství“ (s. 28) je trochu nelogicky postavena, není jediná taková.

Na s. 30 je v jedné větě hned několik chyb, ač v jiném jazyce: „bank of Scotland) a skotskou fotbalovou ligu (SPL - Scottish premier league).“ Zde je vhodné i poznamenat častou chybu mezer kolem závorek.

Je škoda, že graf 2 na s. 53 není více detailně rozdělený.

Při výběru partnera adidasobchod.cz došlo k zajímavé situaci, neboť tento partner je zároveň partnerem Adidas a dceřinnou firmou druhého vybraného sponzora. Vzniká tím tak trochu zmatená situace, která mohla být vyřešena výběrem jiného partnera.
Mezi dalšími chybami působí vtipně překlep „dudáckého“ místo „dukláckého“ s. 70.

Otázky k obhajobě:

Je podle Vás jeden komunikační pracovník v marketingovém oddělení postačující?

Jaký rozdíl v přínosu pro klub a pro Albresa s.a. je mezi fanouškem a divákem?

Podílí se Adidas na sponzoringu i přímo (např. spoluprací se slevami) nebo jen přes svého obchodníka (pokud je Vám tato informace známa)?

Mohl výběr novin MF Dnes a Právo být v kolizi se servery idnes.cz a seznam.cz?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: Výborně – velmi dobře podle výsledku obhajoby.

V Praze dne 30.4.2013

.....
Mgr. Jan Procházka