

POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: TRNKOVÁ Lucie

Název práce: Prezentace sportu ve vysílání televize v České republice

Cílem práce: cílem práce je provést výzkum prezentace sportu v pravidelném vysílání sportovního zpravodajství vybraných českých televizních stanic v hlavním vysílacím čase

Celková náročnost práce:

Podprůměrná

Průměrná

nadprůměrná

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 tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta	výborně
Úprava práce: text, grafy, tabulky	velmi dobře (viz připomínka 1)
Stylistická úroveň, jazyk	výborně

Teoretická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení:

Bakalářská práce v rozsahu 88 stran textu, 8 obrázků, 8 grafů, 17 tabulek a 50 titulů bibliografických citací (z tohoto 3 cizojazyčné) a 6 příloh se zaměřuje na téma prezentace sportu na ve vysílání pravidelných sportovních relací veřejnoprávní a komerční televize. Část teoretická včetně úvodu, cíle a metodologie je prezentována na 39 stranách, vlastní výzkum včetně výsledků, diskuse a doporučení na 50 stranách. Svým rozsahem, ale i zpracováním přesahuje úroveň bakalářské práce a naplňuje spíše požadavky kladené na práce diplomové. Struktura bakalářské práce je dobře logicky zpracována s vymezením všech náležitostí pro proces marketingového výzkumu a vhodně zvolených metod. Rozsáhlý je i soubor 50 bibliografických citací zaměřující se na oblast médií, marketingu a sportu a hodnocení vzájemného propojení těchto tří oblastí. Autorka se velmi pečlivě věnuje zpracování procesu samotného výzkumu a interpretaci výsledků a to včetně rozsáhlé diskuse nad jeho limity.

Celkově lze říci, že bakalářská práce splňuje a zároveň překračuje úroveň na ni kladenou, má vhodně volené metody, prezentovanou teorii problému i proces marketingového výzkumu včetně hodnocení výsledků a jejich interpretace.

Připomínky:

- 1) s. 31-31 nejsou číslovány obrázky
- 2) s. 75 – nejpobulárnější sporty by bylo lepší seřadit podle počtu vysílaných zpráv

Otázky k obhajobě:

- 1) Jak se dají výsledky výzkumu použít z hlediska marketingové činnosti ve sportovních svazech a klubech?

2) Jak se liší způsob prezentace sportů v pravidelných relacích ve veřejnoprávní a komerční televizi, lze tu do budoucna očekávat nějaké změny?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: výborně

V Praze dne 7.5.2014

.....

Doc. Ing. Eva Čáslavová, CSc.