

# POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Petr Lupínek

**Název práce:** Marketingová komunikace fotbalového klubu AC Sparta Praha a návrhy na její zlepšení

**Cíl práce:** Hlavním cílem práce je, na základě dostupných informací, popsat a charakterizovat marketingovou komunikaci fotbalového klubu AC Sparta Praha a stanovit návrhy na její zlepšení.

**Jméno vedoucího:** Markéta Pecinová

**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	Nevyhověl
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Nevyhověl
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Dobře
Stylistická úroveň, jazyk	Dobře

## Praktická/teoretická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná.

## Hodnocení práce:

Bakalářská práce na téma Marketingová komunikace fotbalového klubu AC Sparta Praha a návrhy na její zlepšení odpovídá požadavkům pro psaní závěrečných prací, s výjimkou toho, že si autor chybně zvolil cíl práce (viz připomínky).

Teoretická část je nedokonale zpracována. Jedná se pouze o kompilát přímých a nepřímých citací bez provedení literární rešerše. Zvolená témata v této části jsou v pořádku, kromě několika kapitol, které považují za nadbytečné (viz připomínky).

Metodická část je zpracována v podobném stylu jako teoretická. Autorovi bych doporučil, aby text rozčlenil dle jednotlivých metod. Zvolené metody nejsou dle mého názoru úplně vhodné pro získání validních dat na dané téma. Marketingová komunikace má stranu, která komunikaci vysílá a stranu, která ji přímá. Autor se věnuje pouze jedné straně a následně na základě získaných dat formuluje závěry. V práci zcela chybí přepisy rozhovorů s činovníky AC Sparta Praha.

Analytická část je velice nepřehledná. Čtenáři se v ní špatně orientuje a v celé této části není jasné, odkud autor informace čerpá. Z určitého úhlu pohledu by se práce dala považovat za nepodloženou či smyšlenou. Z těchto důvodů se nedá ani přesně vyjádřit k vyhodnocení sběru dat. Syntetickou část práce autor zaměňuje s návrhy. Z toho je patrné, že autor nechápe význam syntetického rozboru získaných dat.

Samotné návrhy, které autor formuluje, jsou do jisté míry navázané na získaná data, ale celkově je považují spíše za využití metody „pokus omyl“. Jak níže uvádím v připomínkách, autor nemůže prokázat přínos svých návrhů.

Kapitola diskuze je v pořádku. Paradoxem je, že autor v této části připouští celou řadu chyb, které s sebou jeho průzkum přinesl. Otázkou zůstává, proč většinu z nich neeliminovat užitím vhodnější metody zkoumání.

Závěr je chybně zpracován, autor zde nekomentuje své závěry, ale píše pouze obecně.

Celkově práci hodnotím za podprůměrnou.

Základní nedostatky: chybí přepisy rozhovorů, v analytické části textu není jasné, odkud autor čerpá, nepodložené návrhy.

### **Připomínky:**

1. cíl práce je nepřesně stanoven; z cíle není jasné, proč vlastně tento průzkum provedl
2. výsledky práce v abstraktu nejsou konkrétní
3. autor uvádí nadbytek klíčových slov; řada z nich je příliš obecná a nepomůže přesnému vyhledávání
4. anglický abstrakt má nízkou úroveň; slovosled většiny vět je kostrbatý; jedná se o mechanický překlad českého abstraktu;
5. kapitoly 2.1. a 2.2. jsou z podstaty práce příliš obecné; není důvod je do práce vkládat
6. podkapitola 2.6.2.1. a 2.6.5.1. nemají následující podkapitoly; z logické stavby práce tedy není nutné text nadále drobit; jedná se o nesmyslné vytváření podkapitol (autor toto dělení používá i v kapitole 5)
7. autor kombinuje odsunutí prvního řádku a mezeru mezi odstavci; obecně se využívá vždy jen jedna nebo druhá možnost, nikoli kombinace
8. první věta v úvodu nepřímou říká, že marketingová komunikace je důležitá pouze ve sportovním prostředí, což je nesmysl
9. v práci se objevuje řada překlepů či pravopisných chyb
10. marketing má řadu různých definic, z autorova textu není jasné, proč uvádí pouze dvě definice a proč zvolil právě tyto dvě; když už je v práci uvedena obecná kapitola, pak je vhodné provést rešerši literatury
11. kapitola 2.3. je strohá; autor zde uvádí pouze jednu definici sportovního marketingu, která je platná pouze pro část trhu; uvedená definice neodděluje obecný pohled na marketing od toho sportovního; je potřeba opět provést rešerši literatury
12. při citacích, kde jsou dva autoři se zpravidla používá slučovací spojka „a“;
13. na straně 14 autor uvádí tabulku v textu, ale nemá tam konkretizaci čísla; v akademických pracích musí být každý odkaz jednoznačný
14. tabulka číslo 1 je zvláště graficky zpracovaná; text je rozmazaný a rámeček křivý (platí i pro tabulky 2 a 3)
15. autor často v textu uvádí pouze slovo autoři, ale vzhledem k nepřesnosti odkazů v textu není vždy jednoznačné, kteří autoři jsou myšleni
16. na straně 15 a 16, autor uvádí u citace dva stejné odkazy na publikaci, což je nadbytečné
17. cíl práce uvedený v kapitole 3.1. je nesmyslně postaven; autor práce nechápe smysl slova metodologie;
18. poslední věta v kapitole 3 je nadbytečná
19. kapitolu metodika práce by bylo vhodnější rozdělit na podkapitoly dle jednotlivých použitých metod
20. autor v metodice neuvádí žádný scénář či operacionalizaci samotného polo-strukturovaného dotazování;
21. v práci chybí přepis rozhovorů s panem Ing. Matuškem a panem Žílou
22. autor v teoretické práci přepisuje teorii z jiné bakalářské práce bez uvedení původního zdroje
23. v analytické části není jednoznačné, odkud autor informace čerpá;
24. velká část analytické části odkazuje na (Sparta - online), ale to je příliš obecný odkaz; opět není jednoznačné odkud autor informace čerpá, ztrácí se tedy spolehlivost těchto získaných dat

25. autor v analytické části práce využívá řady konotativních slov, pokud se nejedná o přepis rozhovorů, které autor získal, pak je využívání citově zabarvených slov nevhodné
26. za zajímavou považuji větu na str. 42, kde autor na řádku a půl 3x vloží do věty slovo komunikaci; celkově se práce velice těžko čte, autor nedodržuje základní stylistická pravidla psaní textu
27. obrázek 1 a 2 zpravidla patří do příloh; u fotografií by mělo být uvedené datum pořízení fotografie
28. syntetická část práce má slučovat jednotlivé výsledky, případně se zamyslet nad různými společnými prvky; autor v této části uvádí samotné návrhy, které by měly být až jako reakce na výše uvedené
29. návrh – nový fandres – osobně považuji příliš velký risk zavést nový produkt na základě pozorování zápasu, kde je zima; dále není jasné, na základě jaké metody byla stanovena cena navrhovaného dresu, a tedy, zda je obchod rentabilní
30. z kapitoly 6.2. není jasné, jak by mělo veřejné vystupování předsedy představenstva Křetínského pomoci zlepšení PR klubu AC Sparta;
31. ani jeden návrh autora není podložen ani základní ekonomickou analýzou; není tedy jasné, co má daný návrh klubu přinést a kolik to klub bude stát
32. závěr práce je strohý; nedosahuje předepsaný rozsah; doporučil bych autorovi, aby v této části popsal své závěry z práce

#### **Otázky k obhajobě:**

1. Jaká by dle Vašeho názoru byla vhodnější metoda pro získání dat při rozhodování, zda zavést či nezavést nový produkt do fanshopu? Jak by samotné šetření mělo vypadat?
2. Do jaké míry pomůže AC Sparta Praha veřejné vystupování pana Křetínského? Dokážete konkrétně kvalifikovat či kvantifikovat daný přínos? Jaká je dle Vás funkce Ondřeje Kasíka, který má na starosti PR a komunikaci AC Sparta Praha?

Práce je doporučena k obhajobě.

**Navržený klasifikační stupeň:** dobře – nevyhověl

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

V Praze dne 8.5.2017

.....  
Jméno