

## I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

<b>Název práce:</b>	<b>Návrh marketingové komunikační strategie vybraného sportovního klubu</b>
<b>Jméno autora:</b>	<b>Bc. Daniel Patera</b>
<b>Typ práce:</b>	diplomová
<b>Fakulta/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Katedra/ústav:</b>	Institut manažerských studií
<b>Oponent práce:</b>	Ing. Mgr. Tomáš Sadílek, Ph.D.
<b>Pracoviště oponenta práce:</b>	Institut manažerských studií

## II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

<b>Zadání</b>	<b>průměrně náročné</b>
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Celkově považuji téma za průměrně náročné. V zadání měl být více akcentován prvek inovativnosti a projektového řízení tak, aby zadání práce lépe spadalo do studijního programu Projektové řízení inovací. Metody, které byly použity pro řešení práce, považuji za standardní.	

<b>Splnění zadání</b>	<b>splněno s menšími výhradami</b>
<i>Posuďte, zda předložená závěrečná práce splňuje zadání. V komentáři případně uveďte body zadání, které nebyly zcela splněny, nebo zda je práce oproti zadání rozšířena. Nebylo-li zadání zcela splněno, pokuste se posoudit závažnost, dopady a případně i příčiny jednotlivých nedostatků.</i>	
Cílem diplomové práce bylo zhodnotit stav současné marketingové komunikační strategie vybraného sportovního klubu a navrhnout doporučení ke zlepšení jednotlivých marketingových činností. Protože byla provedena analýza stávající komunikace a byl navržen plán na jejich změnu, ale bez harmonogramu, mediálního plánu a rozpočtu, cíl je možné považovat za částečně splněný.	

<b>Zvolený postup řešení</b>	<b>částečně vhodný</b>
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
V teoretické části práce by mohla zcela zmizet kapitola 1 Marketing, protože nepřináší vůbec žádné nové informace a navíc je napsána s využitím převážně česky psaných učebnic. Teoretické kapitoly práce měly být zaměřeny spíše na problematiku marketingových komunikací ve sportu včetně provedení rešerše, jak komunikují jiné sportovní kluby, a jaká je současná úroveň poznání o efektivní komunikace ve sportu na základě literární rešerše článků publikovaných v cizojazyčných odborných a vědeckých časopisech. To však v práci chybí a místo toho jsou zde bohužel uvedeny jen základní marketingové pojmy, což do diplomové práce vůbec nepatří.	

<b>Odborná úroveň</b>	<b>E - dostatečně</b>
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Před začátkem praktické části práce jsou stanoveny tři výzkumné otázky, které však nejsou odvozeny od předchozích výzkumů či na základě provedeného rozhovoru se zástupcem sportovního klubu. Poté je představen sportovní klub a jeho stávající marketingový mix, ve kterém bohužel není napsáno, jak je aplikován koncept totálního produktu, jaké strategie jsou sledovány u produktu, ceny, a distribuce. Posléze je provedena jakási analýza mikroprostředí (zaměřená pouze na přímou a nepřímou konkurenci) a spíše stručnější analýza PESTLE a celkově jsou získané informace shrnuty ve SWOT analýzy. Pořadí analýz v rámci marketingové situační analýzy je bohužel chybné, protože se vždy postupuje od analýzy vnějšího prostředí, přes analýzu mezoprostředí po analýzu vnitřního prostředí, která zahrnuje i hodnocení marketingového mixu. V práci by SWOT analýza měla být až na samém konci, kdy do ní vstoupí ještě výsledky provedeného dotazníkového šetření a posléze jsou ze SWOT analýzy odvozeny strategie, které by sportovní klub měl implementovat. V praktické části práce byly dále provedeny rozhovory se zástupcem sportovního klubu a dotazování na výběrovém souboru 163 respondentů, u kterého bohužel zcela chybí metodika výzkumu včetně cíle výzkumu a struktury otázek, plánu výzkumu a harmonogramu, velikosti základního souboru a techniky tvorby výběrového souboru. Data jsou vyhodnocena	

jen na základní úrovni, kdy převažují koláčové grafy (zcela zbytečné pro dichotomické proměnné), doplněná o kontingenční grafy a kontingenční tabulky, které úroveň prezentace dat v diplomové práci zachraňují. Návrh komunikační strategie, který by měl být vyvrcholením celé práce, je bohužel velmi slabý, de facto zde žádný konkrétní návrh není, zcela chybí mediální plán, harmonogram, rozpočet a konkrétní příklady komunikace. Po přečtení zejména praktické části práce mám pocit, jako by student ve své práci nevyužil skoro žádné znalosti z předmětů Marketing inovací a Strategické řízení, které v navazujícím magisterském studiu absolvoval.

**Formální a jazyková úroveň, rozsah práce**

**D - uspokojivě**

*Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.*

V příloženém dotazníku (Příloha 2) by měly být segmentační otázky 1–4 umístěny až na konci dotazníku. V otázce 2. Kolik je Vám let se uvádí rozpětí méně než 18 let, ne 1–18 (pokud je nutné tuto věkovou skupinu zahrnout).

Rozpětí hodnot se píše s pomlčkou bez mezer, ne se spojovníkem.

Místo termínu „propagace“ by se měl raději používat termín „marketingové komunikace“.

Text formátovaný jako Nadpis 1 má vždy začínat na nové stránce.

Hodnoty v pruhových grafech měly být seřazeny sestupně.

V češtině se termín „křížové tabulky“, z anglického „crosstabs“ nepoužívá, vždy jsou to „kontingenční tabulky“.

**Výběr zdrojů, korektnost citací**

**C - dobře**

*Vyjádřete se k aktivitě studenta při získávání a využívání studijních materiálů k řešení závěrečné práce. Charakterizujte výběr pramenů. Posuďte, zda student využil všechny relevantní zdroje. Ověřte, zda jsou všechny převzaté prvky řádně odlišeny od vlastních výsledků a úvah, zda nedošlo k porušení citační etiky a zda jsou bibliografické citace úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami.*

V práci mělo být použito více aktuálních cizojazyčných zdrojů. Citace nejsou uvedeny ve správném tvaru ve shodě s citační normou.

**Další komentáře a hodnocení**

*Vyjádřete se k úrovni dosažených hlavních výsledků závěrečné práce, např. k úrovni teoretických výsledků, nebo k úrovni a funkčnosti technického nebo programového vytvořeného řešení, publikačním výstupům, experimentální zručnosti apod.*

Zejména s ohledem na slabou a poměrně chaotickou praktickou část práce a takřka chybějící návrh komunikační strategie považují kvalitu práce za hraniční.

**III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE**

*Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení. Uveďte případné otázky, které by měl student zodpovědět při obhajobě závěrečné práce před komisí.*

Otázky k obhajobě:

- 1) Uveďte mediální plán, harmonogram, návrh rozpočtu a konkrétní příspěvky v rámci navrhované komunikační strategie.
- 2) Jaký typ komunikace navrhuje? Hromadnou, nebo cílenou komunikaci, a proč?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **E - dostatečně**.

Datum: 29.5.2023

Podpis: