

**I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE**

<b>Název práce:</b>	<b>Návrh a vyhodnocení marketingové kampaně pro FK Ústí nad Labem</b>
<b>Jméno autora:</b>	<b>Petr Doubek</b>
<b>Typ práce:</b>	bakalářská
<b>Fakulta/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Katedra/ústav:</b>	Oddělení manažerských studií
<b>Oponent práce:</b>	PhDr. Lenka Mynaříková, Ph.D.
<b>Pracoviště oponenta práce:</b>	Oddělení pedagogických a psychologických studií

**II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ**

<b>Zadání</b>	<b>náročnější</b>
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Bakalářská práce se zabývá návrhem marketingové kampaně pro akciovou společnost FK Ústí nad Labem. Zvolené téma lze považovat za náročnější.	

<b>Splnění zadání</b>	<b>splněno</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>	
V teoretické části autor popisuje sportovní management a marketing, marketingový mix a oblast plánování a realizace marketingové kampaně. V praktické části autor na základě marketingového výzkumu navrhuje marketingovou kampaň pro FK Ústí nad Labem, a. s. Zadání bylo splněno.	

<b>Zvolený postup řešení</b>	<b>správný</b>
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
Autor v praktické části zpracovává marketingový mix, komunikační mix a swot analýzu, dále je zde řešen marketingový výzkum pomocí dotazníkového šetření. V praktické části chybí jasné vymezení výzkumných otázek nebo předpokladů, k jejichž zodpovězení byl marketingový výzkum směřován. Navržená kampaň je v souladu se zjištěními, získanými předchozí analýzou, autor sám dokumentuje efektivitu navrženého řešení.	

<b>Odborná úroveň</b>	<b>A - výborně</b>
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Odborná úroveň práce je v pořádku, teoretický rámec je vhodně využitý ke při řešení praktické části práce.	

<b>Formální a jazyková úroveň, rozsah práce</b>	<b>B - velmi dobře</b>
<i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	
Rozsah odpovídá požadavkům. Po formální a jazykové stránce jsou v práci nedostatky, pokud jde o číslování zobrazení/odkazování na obrázky.	

<b>Výběr zdrojů, korektnost citací</b>	<b>C - dobře</b>
<i>Vyjáďte 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.</i>	
Autor v práci cituje podle citačních norem kromě nepřesností na několika místech (např. str. 17, podkap. 3.2 a 3.3, kde citace chybí). Práce byla zkontrolována v systému Theses. Vlastní úvahy autor odlišuje od informací z odborné literatury. V textu vychází z dostatečného počtu vhodně zvolených odborných zdrojů, bylo by ovšem vhodnější odborné informace více komparovat a nevyčázet v kapitolách nebo dlouhých úsecích textu pouze z jednoho zdroje.	

**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.*

Vložte komentář (nepovinné hodnocení).

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

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

Bakalářská práce se věnuje sportovnímu marketingu a přípravě a realizaci marketingové kampaně. Autor k naplnění svého záměru zpracoval analýzu marketingového a komunikačního mixu, pomocí dotazníkové šetření zjistil rizikové oblasti propagace klubu a navrhl kampaň, kterou detailně popisuje.

**Otázky k obhajobě:**

- 1) Autor uvádí, že kontrola marketingové kampaně proběhne po skončení soutěžního ročníku 2017/2018, tedy na začátku června 2018. Má-li již k dispozici výsledky, může s nimi komisí seznámit?
- 2) V rámci propagace na sociálních sítích se autor zaměřil na Facebook a Instagram, zvažoval i jiné sociální sítě? Které by byly využitelné? Co hovoří pro ně/proti nim?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **B - velmi dobře**.

Datum: 7.5.2018

Podpis: