

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Návrh a vyhodnocení marketingové kampaně pro FK Ústí nad Labem
Jméno autora:	Petr Doubek (440960)
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Vedoucí práce:	Ing. Petra Jílková, Ph.D.
Pracoviště vedoucího práce:	Oddělení manažerských studií (MÚVS)

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	náročnější
<p>Závěrečná práce se zabývá tématem komunikačního mixu v kontextu sportovního odvětví. Cílem práce je: „návrh marketingové kampaně pro FK Ústí nad Labem, a. s.“. Záměrem práce je shrnutí výsledků současné marketingové kampaně a její přínos pro akciovou společnost FK Ústí nad Labem. Praktickým přínosem práce je nastavení nové marketingové kampaně fotbalového klubu. Autor má osobní zkušenost se zkoumanou problematikou, z toho plyne i jasné vymezení zkoumaného problému a cílů práce. Lze konstatovat, že zadání je pro úroveň bakalářské práce náročnější. Důvodem je okrajovost tématu v kontextu sportu a to, že dané téma není zatím odbornou literaturou zpracováno do dané podrobnosti. Závěrečná práce má solidní teoretický základ obohacený praktickým přesahem.</p>	

Splnění zadání	splněno
<p>Předložená závěrečná práce splňuje zadání a stanovené cíle práce byly splněny na dostatečné úrovni. Obsahem závěrečné práce je analýza současných možností marketingu a jejich využití v marketingovém mixu ve sportovním odvětví. Závěrečná kapitola č. 7 vhodným a přesvědčivým způsobem naplnění cílů dokladuje.</p>	

Aktivita a samostatnost při zpracování práce	A - výborně
<p>Autor plnil harmonogram konzultací, chodil na ně připraven s průběžně zpracovanými texty. Autor přistupoval ke zpracování zadané problematiky samostatně a odpovědně. Lze ho pochválit za systematickou práci, která se v konečném výsledku práce projevila. Autor je odborníkem na danou problematiku a lze konstatovat, že daný fakt se v předkládané práci odrazil.</p>	

Odborná úroveň	B - velmi dobře
<p>Analýza je na standardní úrovni, autor zná dobře prostředí, v němž byla závěrečná práce implementována. Práce má logickou stavbu. Autor práci rozčlenil na teoretickou a aplikační část. V teoretické části si vymezil vhodné definice a postupy, které se týkají dané problematiky. V praktické části aplikuje definované pojmy a navrhuje vlastní řešení. Rozsahem i pojetím lze aplikační část označit za zdařilou a vyhovující svému účelu.</p>	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	B - velmi dobře
<p>Formální a jazyková úroveň práce je v souladu s požadavky na závěrečnou práci. Rozsah práce je odpovídající. Autorovi lze vytknout redakci práce a drobné jazykové nedostatky.</p>	

Výběr zdrojů, korektnost citací	B - velmi dobře

Autor si vybral adekvátní odbornou literaturu a v teoretické části prokázal svoji schopnost s ní pracovat a využít ji k záměrům předložené práce. Autor využil standardní počet zdrojů. Autor má v rámci práce některé citační nekorektnosti drobného charakteru.

Závěrečná práce byla zkontrolována na plagiátorství v databázi Theses.cz a s veškerými zdroji je shoda práce pod 5%. Veškeré přímé citace autor řádně citoval.

Další komentáře a hodnocení

Autor v rámci práce předložil vlastní řešení.

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

Autor předložené práce splnil vytyčené cíle práce a lze ji doporučit k obhajobě. Vedoucí práce považuje závěrečnou práci za průměrnou.

Otázky k obhajobě:

- 1/ Specifikujte charakteristiky typické pro sport marketing.
- 2/ Vyhodnoťte Vámi navrženou kampaň (finálně nebo průběžně).

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

Datum: 5.6.2018

Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph.D.