



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2013/2014

Jméno studenta: Kamila Žajdlíková
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Analýza marketingových činností sportovního klubu v Karlových Varech

Hodnotitel – oponent: doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.

Podnik – firma: FEK ZČU v Plzni

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	☐	☒	☐	☐	☐
B) Metodický postup vypracování práce	☐	☒	☐	☐	☐
C) Teoretický základ práce (řešeršní část)	☐	☐	☒	☐	☐
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	☐	☒	☐	☐	☐
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	☐	☒	☐	☐	☐
F) Formální zpracování práce	☐	☐	☒	☐	☐
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	☐	☒	☐	☐	☐
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	☐	☐	☒	☐	☐
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	☐	☐	☒	☐	☐
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	☐	☐	☒	☐	☐
K) Závěry práce a jejich formulace	☐	☐	☒	☐	☐
L) Splnění cílů práce	☐	☐	☒	☐	☐
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	☐	☐	☒	☐	☐
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	☐	☐	☒	☐	☐
O) Celkový dojem z práce	☐	☐	☒	☐	☐

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Teoretická část bakalářské práce stručně zpracovává výchozí teorii ke sledované problematice. K ekonomii a managementu a marketingu sportu je v ČR velmi úzká literatura. Bohužel z ní autorka použila odkaz jen na práci Čáslavové, což je škoda. Minimálně publikace Novotného by lépe ozřejmily fungování sportovních klubů v ČR. V kapitole 3.1 je objasňován model 5M s odkazem na Sedláčka (2009), který ale byl prezentován zejména Kotlerem a Kellerem (2007). Práce s relevantními zdroji je v této části slabší. Kapitola č. 4 je potom věnována základním informacím o marketingovém výzkumu se zaměřením na zákazníky. V kapitole č. 5 od s. 28 najdeme stručný popis klubu a jeho vztahů k hlavním partnerům. Protože klub je fromou sdužením, je škoda až nedostatek, že zde nejsou údaje z výsledovky či jiného základního finančního přehledu, protože nemůže být tajný.

Jedna tabulka by řekla více než jen text v několika odstavcích.

Kapitola č. 6 je věnována situační analýze klubu a je zmatečná. Začíná pojednáním o členské základně bez konkrétních údajů, potom je část PEST, kde v politických a právních faktorech jsou i trenéři a licence. Ekonomické faktory jsou velmi stručné a obecné.



Autorka uvádí, že analýzu mikroprostředí realizuje podle metody Porterových pěti sil, což je přínosné, ale neodhalila klíčový rozpor pro oblast sportu, a to, že konkurenti spolu nutně musí spolupracovat! Vysvětlení nechávám jako jeden z dotazů pro obhajobu.

Absolutně nedostatečné jsou informace o asi realizovaném marketingovém průzkumu, popis chybí, výstupy jsou v textu na s. 40-41 a potom 45-46? SWOT je jen na základě průzkumu a vlastního odhadu?

Kapitola č. 8 od s. 48 obsahuje doporučení pro zlepšení "chodu klubu", cílem bylo ambiciózní navržení zlepšení pro rozvoj klubu.

Dva návrhy reklamy mají i dílčí kalkulaci, jiné ne. Rekonstrukce je spíše na úrovni úvah a odhadů bez podložení dat. Chybí poznámka a doporučení k WOM, které je pro podobné kluby velmi významné. Bohužel není blíže popsán sponzoring atd.

Práci hodnotím ještě známkou dobře, ale celkově mne zklamala. Možná i zúžením a propracováním určité části by mohla přinést více.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Můžete lépe prezentovat základní finanční údaje = dokladování toho, jak klub je velký (+ članskou základnu)?

Co je to WOM a proč se mu více nevěnujete?

Proč si organizace v oblasti sportu konkurují a zároveň musí spolupracovat?

V Plzni, dne 2. 5. 2014

Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹ Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

² Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

³ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz www.fek.zcu.cz). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).