

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2022/2023

**Jméno studenta:** Robert Kala  
**Studijní obor:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Marketing ve sportu

**Hodnotitel – oponent:** doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.  
**Podnik/organizace oponenta:** Fakulta ekonomická ZČU v Plzni

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

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

**dobře**

### Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Název bakalářské práce je velmi široký a potom neodpovídá vlastnímu obsahu práce, asi by ani nebyl adekvátní možností bakalářské práce. Cíl práce je specifikován na s. 6 a orientován na FK Hvězda Cheb a zejména na marketingovou komunikaci tohoto sportovního klubu. Nicméně, je potřebné poznamenat, že se autor velmi dobře vyrovnal v první kapitole s uvedením základních pojmů, i když především s dostupnými zdroji Dvořák, Kunz, Čáslavová. Od s. 13 se kapitola č. 2 věnuje marketingu. Oceňuji, že hned aplikuje do oblasti sportu, viz např. produkt a jeho stupně, s. 16, podobně marketingová komunikace na s. 22-25. Důležité je i stručné zdůraznění úlohy lidí.

Od s. 30 začíná popis zvoleného sportovního klubu a jeho působení v odvětví fotbal. Popis marketingových aktivit je zejména na základě rozhovoru a klíčovým pracovníkem klubu. Škoda, že autor "nezkontroloval" tvrzení vlastním pozorováním, stručnou analýzou www stránek atd., prostě "věřil řečenému", je to dostatečné pro audit marketingové komunikace? Od kapitoly 3.4 a strany 36 je popis dotazníkového šetření. Dotazník je opět postaven jen na základě rozhovoru se sportovním ředitelem, a to je dost nedostatečné. Proč autor zpracoval teoretickou část práce? Neexistují v ČR žádné již realizované průzkumy hodné inspirace? Následuje nedotažený popis souboru a distribuce dotazníku! Od s. 38 je prezentace výstupů, někdy zbytečně textem i jednoduchým koláčovým grafem. Nicméně, hned u první položky chybí ta

informace, jak byl dotazník distribuován a tedy rozklíčování respondentů není úplné. Na druhou položku je prezentováno 197 odpovědí, ale  $n = 245$ , tady něco nehraje, že? Položka na s. 41 ozřejmuje, kdo jsou diváci. Pro klub je pozitivní, že by se našli další dobrovolníci, s. 45 atd. Bohužel absolutně žádný pokus, jak dál pracovat s daty, procenta jsou záležitosí ZŠ. Od s. 51 jsou popisované návrhy, stavíme tedy na jednom rozhovoru a jednom ne zcela kvalitním dotazníkovým průzkumu? Jednoduché návrhy nejsou doplněny variantou řešení, není zde žádný rozbor finanční či jiné nákladovosti řešení, toto je také slabým místem předložené práce.

Přes poměrně zdařilou, ale nevyužitou teoretickou část, za nezvládnuté dotazování a zpracování dat a návrhy bez dalšího projektového (včetně nákladového) doložení, práci hodnotím dobře.

### **Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:**

Objasněte sběr dat a rozpor v počtu respondentů, jak bylo možné lépe zpracovat data?

Jak jinak jste ještě mohl získat data pro analýzu marketingové komunikace klubu? (využijte toho, co jste se naučil na FEK)

Dopracujte zvolený návrh dle projektového managementu a odporezentujte.

V Plzni, dne 10. 5. 2023

Podpis hodnotitele