

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: MICHAL KOTEK

Název bakalářské práce: MARKETING SPORTOVNÍHO KLUBU FC VIKTORIA PLZEŇ

Studijní obor – specializace: Management a marketing služeb – specializace obchodně podnikatelské služby

Titul, jméno a příjmení vedoucího práce: Prof. PhDr. Miroslav Foret, CSc.

Pracoviště a pracovní zařazení: Vysoká škola mezinárodních a veřejných vztahů, Praha

Hodnocení bakalářské práce

Kritérium hodnocení (označte křížkem)		Stupeň hodnocení						
		stupeň	A	B	C	D	E	F
		číselné vyjádření	1	1,5	2	2,5	3	-
Obsahová stránka BP	struktura práce	X						
	formulace cíle práce (v souladu se zadáním BP) / hypotéz a úroveň jejich naplnění		X					
	použité metody, jejich adekvátnost a relevance ve vztahu k tématu BP		X					
	faktická, věcná a obsahová správnost		X					
	hloubka provedené analýzy		X					
	zvládnutí odborné terminologie		X					
	schopnost argumentace a kritického myšlení		X					
	uplatnění práce v praxi / výuce	X						
Formální stránka BP	reprezentativnost a rozsah použité literatury a zdrojů	X						
	práce se zdroji, dodržování bibliografických norem, úroveň a četnost odkazů a citací	X						
	provázanost a sled textu, návaznost kapitol	X						
	jazyková a stylistická úroveň		X					
	estetická a grafická úprava textu, dodržení formálních náležitostí práce dle metodiky	X						
	samostatnost, aktivita a komunikace studenta s vedoucím BP při zpracování bakalářské práce		X					
Na základě elektronického testování na podobnosti s jinými dokumenty je možné bakalářskou práci označit za originální.		ANO						
Celkové hodnocení bakalářské práce			X					
Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě		ANO						

Stručné verbální hodnocení bakalářské práce (minimálně 500 znaků):

Předložená bakalářská práce má standardní strukturu. V teoretické části se autor věnuje otázkám marketingu. Jak odpovídá jejímu názvu a obsahovému zaměření, následně se speciální pozornost týká specifické oblasti marketingu sportu, zejména jeho sponzoringu. Autor zasvěceně a detailně popisuje a analyzuje marketingové aktivity fotbalového klubu Viktoria Plzeň. Pro něj také provedl vlastní kvantitativní marketingový výzkum. Při jeho realizaci se však bohužel nevyhnul některým základním chybám. Jeho výběr respondentů rozhodně není náhodný, jak autor tvrdí na s. 37, nýbrž pouze nahodilý. Také záznamový arch (viz příloha IV) poněkud zkratkovitě předpokládá, že všichni oslovení respondenti znají elektronickou komunikaci klubu s fanoušky. Statistické zpracování se omezilo pouze na jednorozměrnou analýzu. Například pro dvourozměrné kontingenční tabulky bylo možné třídit podle pohlaví. V části 5 autor navrhuje nástroje marketingové politiky pro klub FC Viktoria Plzeň, aniž by se pokusil vyčíslit jejich ekonomické náklady.

Otázky k obhajobě:

1. Co se rozumí pojmem „marketingová politika“ (s. 7, 8 atd.)?
2. Seznámilo se vedení klubu FC Viktoria Plzeň s výsledky a návrhy bakalářské práce?

Datum: 7. 5. 2019

Podpis vedoucího bakalářské práce:

Klasifikační stupnice VŠERS – platnost od akademického roku 2008/2009

Stupně	Číselné vyjádření	Slovní vyjádření Definice
A	1	VÝBORNÝ (excellent) vynikající výkon pouze s malými chybami
B	1,5	VELMI DOBRÝ (very good) nad průměrným standardem, ale s chybami
C	2	DOBŘÝ (good) obecné vyznění práce s řadou zřetelných chyb
D	2,5	USPOKOJIVÝ (satisfactory) přijatelný, ale s významnými nedostatky
E	3	DOSTATEČNÝ (sufficient) výkon nad hranicí minima
F	-	NEÚSPĚŠNÝ (fail) je zapotřebí značné množství další práce