

**Posudek oponenta bakalářské práce**

**Jméno a příjmení studenta:** Petr Procházka, DiS.

**Název bakalářské práce:** MARKETINGOVÁ KOMUNKACE FUTSALOVÉHO KLUBU

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

**Titul, jméno a příjmení oponenta 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			
<b>Celkové hodnocení bakalářské práce</b>						X		
<b>Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě</b>		<b>ANO</b>						

## Stručné verbální hodnocení bakalářské práce (minimálně 500 znaků):

Předložená bakalářská práce se věnuje problematice marketingové komunikaci ve sportu, konkrétně futsalového klubu SK Interobal Plzeň. Proto není v tomto případě nejvhodnější pojímat v teoretické části marketingový mix pouze jako 4 P – viz s. 11. Rovněž napsat na s. 14 dole titulek Reklama – propagace vyžaduje bližší vysvětlení při obhajobě bakalářská práce – viz 2. otázka.

Součástí praktické části je i vlastní kvantitativní výzkum. Autor se dopustil řady základních chyb. Předně nemá jasně vymezenou velikost základního souboru svého výzkumu. Následně není náležitě vyjasněno provedení výběru 20 zkoumaných fanoušků klubu SK Interobal Plzeň. Pro kvantitativní výzkum je tak malý počet respondentů těžko přijatelný. Proto také navazující statistické zpracování má podobu pouze ilustrativních barevných obrázků v podobě grafů. Autor se nikde nezabývá reprezentativitou svého vzorku, stejně jako operacionalizací předmětu výzkumu. V důsledku toho působí obsahová stránka dotazníku značně chaoticky. Zahrnuje životní prostředí, sdělovací prostředky i základní sociodemografické údaje o fanoušcích. Navíc mezi pouhou desítkou položených otázek jasně převažuje hrubší dichotomická podoba. Tak nejasněný marketingový výzkum mohl sotva přinést potřebné empirické podklady pro hlavní cíl bakalářské práce - zlepšení marketingové komunikace futsalového klubu SK Interobal Plzeň.

Na základě uvedeného se autorovi bakalářské práce podařilo splnit cíl práce pouze částečně.

## Otázky k obhajobě:

1. Proč není vhodné mít v případě sportovního klubu marketingový mix pouze jako 4 P a jak by měl být upraven?
2. Jaký je vztah mezi reklamou a propagací?

**Datum:** 12. 6. 2020

**Podpis oponenta 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