

POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení diplomanta: Richard Trelo

Název bakalářské práce: Analýza a návrh marketingové strategie KLH Vajgar Jindřichův Hradec

Vedoucí práce: Ing. Mgr. Pavel Král

Volba tématu:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aktuální, málo frekventované téma práce 2. Aktuální, časté téma práce 3. Neaktuální téma práce 4. Nevhodně zvolené téma
Cíl práce a jeho naplnění:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vhodně zvolený cíl, který byl naplněn 2. Vhodně zvolený cíl, který byl částečně naplněn 3. Vhodně zvolený cíl, který nebyl naplněn 4. Nevhodně zvolený cíl
Struktura práce:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pro dané téma velmi vhodná 2. Pro dané téma částečně vhodná 3. Pro dané téma nevhodná
Práce s literaturou:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vynikající, použity dosud neběžné prameny 2. Velmi dobrá, použity nejnovější dostupné prameny 3. Dobrá, použity běžně dostupné prameny 4. Slabá, použity zastaralé prameny 5. Nevyhovující – použito málo zastaralé literatury
Vybavení práce tabulkami, grafy, přílohami:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Výborné 2. Velmi dobré, funkční 3. Dobré – jen částečně odpovídá nutnému doplnění textu 4. Nedostačující
Přínosy BP:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Originální, inspirativní názory 2. Ne zcela běžné názory, které jsou inspirativní 3. Málo vlastních názorů nebo nedostatečně argumentačně podložené 4. Vlastní názor chybí
Uplatnění BP v praxi a ve výuce:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Práci lze výborně uplatnit v praxi 2. Práci lze částečně uplatnit v praxi 3. Práci lze výborně uplatnit ve výuce nebo výzkumu 4. Práci lze částečně uplatnit ve výuce nebo výzkumu 3. Práce nelze v podstatě využít ani v praxi, při výuce nebo výzkumu
Grafická stránka:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Výborná 2. Velmi dobrá 3. Dobrá 4. Nevyhovující
Jazyková stránka	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stylistika: <ol style="list-style-type: none"> a) Výborná b) Dobrá c) Nevyhovující 2. Gramatika: <ol style="list-style-type: none"> a) Výborná b) Dobrá c) Nevyhovující

Zásadní připomínky k BP: **1. nemám**
 2. mám tyto:

Další hodnocení:

Cílem práce je návrh marketingové strategie pro KLH Vajgar Jindřichův Hradec. Diplomant na základě důkladného studia literatury cíl splnil prostřednictvím tvorby marketingového plánu. Při jeho tvorbě použil metodu tvorby plánu podle Světlíka. Práci by však prospělo větší zdůvodnění výběru této metodiky s odůvodnění, proč je nejvhodnější a v čem ostatní metodiky nevyhovují.

Vytvořený marketingový plán obsahuje mnoho originálních a smysluplných nápadů. V některých oblastech by mohl být o něco konkrétnější a jít více do hloubky (hlavně v oblastech finančních a časových).

Po formální stránce je práce výborná, gramatickou stránku ovšem nejsem schopen posoudit.

Práce splňuje základní požadavky kladené na tento typ prací a proto ji doporučuji k ústní obhajobě:

1. ano
2. ne

Navrhovaná klasifikace: **1. výborně**
 2. výborně nebo velmi dobře dle ústní obhajoby
 3. velmi dobře
 4. velmi dobře nebo dobře dle ústní obhajoby
 5. dobře
 6. dobře nebo nevyhověl dle ústní obhajoby
 7. nevyhověl

Otázky k ústní obhajobě práce:

1. Proč jste využil metodu tvorby marketingového plánu podle Světlíka? V čem je lepší než ostatní popisované metody a má naopak nějaké nedostatky?

2. Máte přehled o marketingových nástrojích, které používají konkurenční kluby ze stejné soutěže a extraligové kluby?

Datum: 7. 5. 2008

Podpis vedoucího BP