

Posudek oponenta bakalářské práce

Název bakalářské práce:

Marketingová komunikace Českého atletického svazu

Autor bakalářské práce:

Vojtěch Svoboda

Cíl bakalářské práce:

Hlavním cílem práce je zkoumat účinnost metod, kterými Český atletický svaz komunikuje se svými členy a fanoušky. Sekundární cíl spočívá ve vypracování návrhů a doporučení, jejichž implementace by měla vést ke zlepšení budoucí komunikace.

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	Přidělené body
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	8
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	8
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	9
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	7
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	9
6. Logická stavba a členění práce	9
7. Jazyková a terminologická úroveň	9
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	10
9. Vlastní přínos k řešené problematice	9
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	8
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	86
Výsledná známka	velmi dobře (2)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Autor se zaměřil za zajímavé téma sportovního marketingu - marketingovou komunikaci Českého atletického svazu. Autor hezky definoval výzkumné cíle, na které v závěru práce přinesl odpovědi. Teoretická část je hezky strukturovaná, ale místy se jedná spíše o obecné informace ze základů marketingu, které se přímo nevážejí ke zkoumanému tématu.

Kladně hodnotím, že autor pro účely této BP realizoval kvalitativní i kvantitativní marketingový výzkum. Získaná data autor základním způsobem analyzoval a výsledky poměrně přehledně prezentuje. I když u některých grafů nejsou uvedeny jednotky, u některých jsou zase hodnoty uváděny v setinách procent, což při velikosti výběrového souboru $n=98$ nemá smysl.

Autor, kromě výzkumných cílů, naformuloval také tři hypotézy. Statistické metody, které pro jejich vyhodnocování používá, jsou ale jen velmi povrchní.

Autor zdařile cituje odbornou literaturu, značný počet citací je ale spíše opět poměrně obecný, i když věcně správný.

Celkově hodnotím práci známkou velmi dobře a doporučuji ji k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

1) Jaká je podle Vašeho názoru úroveň marketingové komunikace Českého atletického svazu ve srovnání s jinými vybranými sportovními svazy a asociacemi?

2) Jaký bude podle Vás vývoj elektronických médií v marketingové komunikaci sportu?

Jméno oponenta bakalářské práce:

doc. Mgr. Radek Tahal, Ph.D.

Pracoviště oponenta bakalářské práce:

Fakulta podnikohospodářská, Katedra marketingu

Čestně prohlašuji, že nejsem ve spřízněném vztahu k autorovi bakalářské práce.