

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Marketing sportovního zařízení

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Wencel Lukáš

Oponent práce: Ing. Břetislav Stromko, MBA

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	X
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	X
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	X
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	X
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Student si za téma své bakalářské práce zvolil marketing sportovního zařízení, konkrétně má za cíl vytvořit marketingový mix (koncept) pro nové indoorové sportoviště. K získání dat pro návrh bylo použito dotazníkové šetření a předchozí výzkumy na téma sport v České republice. V teoretické části se autor snaží popsat pojmy a problematiku důležitou pro cíle práce - marketingový výzkum a mix, marketing služeb a správně se rovněž věnuje roli marketingu ve sportu. Vyskytují se mírné nedostatky v odkazování na zdroje (jak ve formě, tak použití) a místy by i pestrost zdrojů měla být větší (strana 5 a 6). Metodika především tvorby a realizace dotazníku měla být mnohem více rozepsána. Vzor dotazníku lze najít v přílohách práce, tabelizovaná data již však ne. Praktická část nejprve představuje dané indoorové sportoviště a dále prezentuje některá data a výzkumy související se sportem a jeho popularitou v ČR. Bohužel grafy a tabulky často postrádají popisky os a velikost výzkumného vzorku, interpretace dat místy též není přesná. Také v této části textu by měla být práce se zdroji lepší! Kapitola 3.2 obsahem patří spíše do teoretické části. Následuje vyhodnocení dat z provedeného dotazníkového šetření. V grafech se opět vyskytují formální nedostatky (velikost vzorku, popisky os...) a díky tomu je obtížné jim v několika případech porozumět, ztrácí tak svou vypovídací schopnost. Praktická část je zakončena návrhem marketingového mixu sportovní arény. Ten vychází z prezentovaných dat a zjištění, nicméně i tak zůstává poměrně obecný, jednotlivé návrhy (např. na komunikaci) nejsou více rozpracovány. Pozor také na drobné faktické chyby - aréna Freestyle Kolbenka se nachází blízko stanice metra Kolbenova linky "B", ne "C". Abstrakt v angličtině obsahuje nedostatky. Na práci je však vidět zájem autora o dané téma. Práci doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Vysvětlete, jak mění sociální sítě a chytré telefony svět služeb. Jak tyto technologie využívají zákazníci a jak firmy, které služby nabízejí?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Vysvětlete, jakým způsobem byl dotazník použitý v práci šířen, proč byl tento způsob zvolen a zda může být získaný vzorek považován za reprezentativní.

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Jaké nástroje PR a proč by mohly být použity na podporu sportoviště Freestyle Kolbenka? Svou odpověď odůvodněte.

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Klasifikace	výborně	
--------------------	---------	--

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

	velmi dobře	<input checked="" type="checkbox"/>
	dobře	<input type="checkbox"/>
	nevyhovující	<input type="checkbox"/>

Datum: 05.06.2016

Podpis oponenta práce