



Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno studenta: Junger Dominik

Název práce: Marketingová strategie fotbalového klubu AC Sparta Praha

Autor posudku: Ing. Vítězslav Hálek, MBA, Ph. D.

Cíl práce: Popsat a přiblížit řízení českého fotbalového klubu AC Sparta Praha v oblasti marketingu, komunikace s fanoušky a vyhodnocení / analýza domácího prostředí klubu.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Anti-plagiátorský systém v případě posouzení uvedené práce vykázal 14% shodu. Se znalostí detailů o podobnostech v textu, lze konstatovat, že práce je v těchto detailech řádně opatřena citacemi zejména odborné literatury a odpovídá proto běžným postupům publikační činnosti, citační etiky a není v rozporu s pravidly pro zpracování vysokoškolských kvalifikačních prací.

Dílejší připomínky a náměty:

Po formální stránce je práce přehledně zpracovaná a vyhovující. Nedostatkem je větší množství překlepů a pravopisných chyb.

Teoretická část práce je sice vhodně zaměřena na sportovní marketing, a věnuje se jeho specifikům průřezově, ve všech oblastech. Opomíjí však fakt, že v případě sportovního marketingu je více než vhodné se nevěnovat jen 4 základním P marketingu, ale rozšířit o další prvky. Stejně tak student opomíjí důležitou oblast marketingového výzkumu a jeho vyhodnocení, přestože jej sám v praktické části práce využívá. Celkově je teorie ve vztahu k praktické části méně, než by bylo potřebné.

Praktická aplikace je postavena velmi kvalitně, téma je zpracováno obsáhle a podrobně. Některé části by žádaly využití analytických metod, aby byly poznatky objektivně ověřeny a případně, aby byly i zobecnitelné. Jako jediné negativum jsem identifikoval málo ambiciózně položené výzkumné otázky, které v porovnání s celkovým vyzněním celé práce jsou velmi jednoduché. Vytknout lze také nadbytečné vypisování různých soupisů, které nijak neposouvají obsahovou stránku práce a slouží v podstatě pouze jako textová výplň.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Teoretická část práce je zpracována v nedostatečném rozsahu, protože zpracovaná východiska nepokrývají dostatečně celou šíři praktické aplikace.

Praktická část vychází ze studentem zpracované analýzy působení AC Sparta Praha v oblastech sportu, tvorby produktu a celkového marketingového působení klubu. Důraz je kladen na část věnované působení klubu ve vztahu k fanouškům. Věnuje se také sponzoringu klubu a zapojení reklamy do zdrojů financování klubu, což je zcela správné pojetí s ohledem na zpracovávané téma práce. Za tímto účelem zpracoval student i vlastní on-line výzkum mezi fanoušky fotbalu i AC Sparta Praha.

Souhrnné vyhodnocení zjištěných závěrů představuje podání odpovědí na vytyčené výzkumné otázky. Právě z porovnání všech dalších poznatků, které student při zpracování práce zmiňuje vede k dojmu, že vytyčené otázky jsou ve vztahu k tématu značně zjednodušené a dalo se zjistit významně více, navíc skutečně přínosných poznatků.

Celkově student cíle práce nepochybně **naplnil**.

Otázky k obhajobě:

1. Je nějaká ze skutečností, které jste o fungování AC Sparta Praha zjistil při zpracování práce pro Vás skutečně překvapivá, předně v marketingové oblasti?
2. Může existovat souvislost mezi ekonomickou situací klubu a způsobem i nástroji jeho prezentace ve vztahu k fanouškům, nebo se jedná o zcela nezávislé oblasti?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: B

V Hradci Králové, dne 21. srpna 2023

podpis