



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Rozsypalová Natálie
Název práce: Marketingová strategie firmy Tennis-centrum DTJ HK
Autor posudku: Dr. Ing. Vítězslav Hálek, MBA. Ph.D.
Cíl práce: Analýza a zhodnocení marketingové strategie firmy Tennis-centrum DTJ HK.

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

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Anti-plagiátorským systémem v případě posouzení uvedené práce vykázal 3% shodu. Se znalostí detailů o podobnostech v textu, lze konstatovat, že práce je v těchto detailech řádně opatřena citacemi a odpovídá proto běžným postupům publikační činnosti, citační etiky a není v rozporu s pravidly pro zpracování vysokoškolských kvalifikačních prací.

Dílčí připomínky a náměty:

V rámci teorie by si bylo vhodné propracovat obecné základy, tak aby byly přiblíženy následné praktické aplikace, tj. zabývat se detailně oblastmi a metodami, které budou při praktické aplikaci klíčové a propojit teorii s praxí i vzájemnými odkazy v textu. V tomto směru je zpracovaná teorie značně povrchní a odtržená od praxe.

V praktické aplikaci není myšleno na velmi zásadní okolnost, kterou je třeba zvažovat i při tvorbě marketingových návrhů, a to je ekonomika podnikání, včetně vyhodnocení rovnice, kolik to bude stát a co to firmě přinese.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Teoretická část práce je sice zcela adekvátní zpracovávanému tématu, ale chybí ji obsahové propojení s praktickou částí. Navíc navozuje dojem za sebou poskládaných citací, bez logické výstavby tématu a vlastního výkladu teorie. Studentka se vůbec nezmiňuje o tom, že by firma poskytující služby v oblasti sportovního vyžití mohla mít nějaká specifika z pohledu marketingu.

Praktická část práce je zprvu tvořena popisnými pasážemi plynoucími z pozorování studentky. Z popisných částí nejsou vyvozovány žádné jasné dílčí poznatky. Vlastní pozorování je doplněno i o výzkum mezi klienty tenisového centra. Toto dotazování je provedeno velmi jednoduchým dotazníkem, proto ani nemůže mít ambice, že by mohlo přinést nějaká skutečně zásadní zjištění a mohlo posloužit pouze k získání základního přehledu o vnímání centra jeho klienty. Celkově se praktická část zcela minimálně věnuje skutečné analýze s jasně danými parametry a autorka pracuje především se svými subjektivními poznatky.

Závěry práce představují shrnutí poznatků praktické části a souhrn subjektivních doporučení vytvořených studentkou na základě vlastních poznatků a výsledků dotazování. Z praktického pohledu se jedná o doporučení realizovatelná a pro firmu i potenciálně přínosná, i když se náklady na jejich realizaci a očekávanými dopady studentka již nezabývala. Cíl práce byl naplněn.

Otázky k obhajobě:

1. Zjistila jste u firmy nějakou oblast marketingových aktivit, která by byla skutečně opomíjená a zcela podceněná?
2. Jak je na tom firma s využíváním moderních marketingových nástrojů, jako např. on-line marketing, sociální sítě apod.?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: C

V Hradci Králové, dne 15. května 2019

podpis