



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: *Stanislav Šafránek*

Název práce: **MARKETING SPORTOVNÍHO KLUBU – MARKETING FOTBALOVÉHO KLUBU AC SPARTA PRAHA, A.S.**

Autor posudku: doc. Ing. Marcela Sokolová, Ph.D.

Cíl práce: Cílem bakalářské práce je představit klub a nastínit jeho fungování v oblasti marketingu.

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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Práce v rámci kontroly anti-plagiátorským systémem nevykazuje žádné nedostatky - celková podobnost 0%.

Dílčí připomínky a náměty:

K práci bych měla několik připomínek:

- v práci chybí jasně formulovaný cíl a metodika práce (výše uvedený cíl je velmi vágní, není z něj patrný přínos práce a vlastní přínos autora),
- vzhledem k tématu práce, jsou dle mého názoru nadbytečné kapitoly 2 a 3, naopak měl autor více rozvést oblast marketingu a marketingových nástrojů,
- praktická část práce má hlavně popisný charakter, dotazníkové šetření mohlo v tomto směru pomoci, autor bohužel nevyužil tento potenciál, protože není opět stanoven cíl a metodika šetření, nejsou formulované výzkumné otázky či hypotézy.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Předmětná bakalářská práce se zabývá marketingem pražského sportovního klubu AC Sparta Praha, a. s.

Práce se skládá ze dvou stěžejních částí. První část se věnuje teoretickému vymezení vybraných pojmů. V aplikační části práce je představen fotbalový klub a popsáno fungování v oblasti marketingu, součástí je i dotazníkové šetření.

Přes výše uvedené nedostatky doporučuji práci k obhajobě, je napsána v souladu s Metodickými pokyny pro vypracování bakalářských a diplomových prací (Výnos č. 1/2000, upravené znění ze dne 12. 1. 2011).

Vytyčený cíl byl naplněn.

Otázky k obhajobě:

- 1) Autor práce realizoval dotazníkové šetření, které není v práci dostatečně popsáno. Nechť autor tuto oblast rozvede – cíl dotazníkového šetření, metodika průzkumu, tvorba a pilotáž dotazníku apod.
- 2) Jakou roli v marketingu sportovních klubů sehrávají sociální sítě?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: E

V Hradci Králové, dne 5. září 2018

podpis