



POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Vít Fiala

Název diplomové práce: Identifikace cílové skupiny klubu HC LEV Praha a návrh vhodné komunikační strategie

Cíl práce: Pomocí primárního výzkumu identifikovat cílovou skupinu zákazníků sportovního klubu a na základě vyhodnocení tohoto výzkumu navrhnout komunikační kampaň na příští sezónu.

Jméno vedoucího diplomové práce: Ing. Otakar Ungerman, Ph.D.

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
I. Hodnocení zpracování tématu diplomantem:				
Splnění cíle práce	x			
Volba metod a jejich aplikace při zpracování tématu		x		
Hloubka provedené analýzy		x		
II. Hodnocení struktury a obsahu práce:				
Přehlednost a logická stavba (struktura) práce		x		
Aktuálnost a vhodnost použitých pramenů		x		
Schopnost diplomanta zpracovat získané podklady		x		
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce	x			
Formulování vlastních názorů diplomantem		x		
III. Hodnocení formy a stylu práce:				
Formální úprava práce (text, tabulky, grafy)		x		
Stylistická úroveň práce		x		
Práce s českou literaturou včetně odkazů a citací		x		
Práce se zahraniční literaturou včetně odkazů a citací			x	

Otázky k obhajobě diplomové práce:

1. V diplomové práci jste představil současný stav hokejového klubu HC LEV Praha. Mohl byste na základě nabytých znalostí sestavit SWOT analýzu hokejového klubu?
2. Ve své práci zmiňujete v souvislosti s komunikačním mixem nové trendy v marketingové komunikaci. Mezi ně jste zařadil i Ambush marketing. Můžete vysvětlit podstatu tohoto moderního nástroje marketingové komunikace a možnost jeho využití pro klub HC LEV Praha?

Práci doporučuji k obhajobě.

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: velmi dobře

Datum: 29.5.2013


Podpis vedoucího diplomové práce





Diplomant v úvodní části své DP definuje teoretická východiska, vztahující se k dané problematice. Zabývá se marketingovou komunikací obecně, charakterizuje hlavní nástroje komunikačního mixu, specifika tvorby komunikační kampaně a na závěr uvádí specifika sportovního marketingu.

V následující kapitole diplomant podrobně popisuje organizaci v tomto případě hokejový klub. Ze zjištěných informací je patrná podrobná znalost fungování klubu. Diplomant odpovídajícím způsobem sestavil současnou marketingovou komunikaci v klubu.

Praktická část je rozdělena do dvou částí, kterými jsou definování cílové skupiny zákazníků a návržení komunikační kampaně. Součástí první části byl i primární výzkum, který odpovídal cílům práce. Zde byla možnost důkladnějšího statistického zpracování, než které diplomant provedl. Při návržení komunikační kampaně se diplomant držel reálných finančních možností, které získal od klubu. Zároveň přehlednou formou rozvrhl časový harmonogram komunikační kampaně.

Závěrem je možno konstatovat, že student naplnil cíl své práce. Přestože ne zcela využil zahraničních zdrojů, závěry vyplývající z výzkumu, lze využít pro reálnou komunikační kampaň. Práce vykazuje logickou strukturu. Student prokázal schopnost uplatnit nabyté teoretické vědomosti při vypracování závěrečné práce.

