



POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Martina Rachotová

Název diplomové práce: Marketingová komunikace subjektu Bílí Tygři Liberec

se zaměřením na zahraniční klienty

Jméno vedoucího diplomové práce: Ing. Myslivcová Světlana

Jméno oponenta diplomové práce: Ing. Štěpán Hanuš

Oponent: - **název firmy:** HC Lev, a.s.

- **pracovní zařazení:** PR manažer

kontakt: hanus.stepan@gmail.com

	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			

Vyjádření minimálně v rozsahu 10 řádků k diplomové práci z hlediska splnění jejích cílů, využití metod řešení a návrhů opatření včetně formální úpravy (uveďte na druhou stranu posudku).

Otázky k obhajobě diplomové práce:

1. Jakými z nástrojů by měl klub oslovit potenciální hokejové fanoušky z německého příhraničí v méně zastoupených věkových skupinách (důchodci / studenti)?
2. Jaký je zájem o německé příznivce mezi partnery klubu – existuje sponzor, který chce oslovit formou sponzorství německou klientelu? Jakou formu komunikace byste eventuálně zvolila v takovém případě?
3. Jak by měla probíhat online kampaň klubu se zaměřením na německé příznivce?

Práci doporučuji - nedoporučuji* k obhajobě. (*nehodící se škrtněte)

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm:

1 - výborně

Datum:

.....
Podpis oponenta diplomové práce





Diplomová práce do hloubky zpracovává zadanou problematiku marketingové komunikace se zahraničními fanoušky hokejového klubu. V diplomové práci nechybí ani teoretická část, která detailně popisuje specifika sportovního marketingu a jeho uvedení v praxi. Autorka podle mého názoru vzorně postupovala dle běžných marketingových nástrojů, metod a postupů včetně získávání zpětné vazby z řad již stávajících příznivců.

Pro bližší představu je v diplomové práci vhodnou formou prezentována současná podoba marketingu a PR aktivit klubu Bílí Tygři Liberec. Autorka ve své práci v dostatečné formě prezentovala analýzu výsledků průzkumu mezi německy mluvícími příznivci. V dalších místech praktické části najdeme návrhy zlepšení marketingové komunikace a většina z nich je dle mého názoru smysluplných a použitelných v praxi. Autorka mohla ve své práci hlouběji rozvést a vysvětlit podrobněji některé dobré myšlenky a marketingové tipy. V každém případě diplomová práce dle mého názoru plní účel a svůj cíl a může být i pro samotný hokejový klub informačním přínosem.

