

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

Jméno studenta: Ali Kassem
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Vytvoření marketingové strategie hudebního festivalu

Hodnotitel – oponent: doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.
Podnik – firma: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (řešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

v ý b o r n ě

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Cílem práce je provést analýzu současného stavu vybraného festivalu a na základě ní navrhnout optimální marketingovou strategii (s. 6). První kapitola s názvem Marketingové komunikace stručně vymezuje tento pojem. Druhá kapitola se věnuje event marketingu, autor pracuje s relevantní zdroji, na s. 9 měla být klíčová citace lépe uvedena. U typologie potom oceňuji i porovnávání zdrojů. Následně je popsán rozšířený marketingový mix, a to i ve vztahu k event marketingu. Od s. 20 potom věnoval autor pozornost i trendům v event marketingu a text doplnil i vhodnými ukázkami. Na s. 25 začíná kapitola třetí zaměřená přímo na marketing hudebních festivalů. U aplikace u modelu AIDA mi něco chybí, viz otázka dole. Následuje pojednání o marketingové strategii eventu (s. 29). Je škoda, že například po úvodním výpisu definicí nezaujme autor své stanovisku a neuvede, co a jak použije dále ve své práci. Následuje popis situační analýzy, segmentace atd., na s. 36 je klíčové schéma ke strategii eventu. Potom se autor věnuje i finální stránce a nezapomíná ani na rizika.

V metodice, od s. 40, je nejdříve obecný popis dotazníkového šetření, potom metody focus group.

Na s. 44 začíná popis zvoleného festivalu, mimo jiné vývoj loga, cílová skupina, marketingový mix, mohla zde být např. foto www stránky a SM pro dokumentaci. PESTLE analýza začíná na s. 52, následuje Porterova analýza pěti sil (s. 56) a potom již SWOT analýza na s. 60, tzn. trochu mi zde chybí relevantní

analýza pořadající organizace. Na SWOT navazuje návrh strategie od s. 62, kde se autor opírá o klasickou teorii a získané poznatky k eventu. Nakonec vybírá strategii zaměřenou na maximalizaci využití příležitostí a minimalizaci slabých stránek (s. 65).

Potom, od s. 66 je popis realizace vlastního výzkumu, kde u dotazníkového šetření není zcela jasná administrace, respondenti jsou znalí festivalu. otázky a hypotézy jsou dobře formulované, byla provedena pilotáž. Na s. 69 je popis souboru respondentů a potom následuje prezentace deskriptivní analýzy odpovědí, na s. 73 je výsledek NPS. Následuje testování hypotéz, není jasné v čem to bylo počítané, ale dokladování je průkazné. Zajímavé je například porovnávání hodnocení festivalu dle pohlaví, tady je nutné práci se statistikou přímo ocenit. Od s. 80 je popsána realizace FG. Jedná se jen o jednu FG a strukturovaný popis výstupů z diskuse.

Následuje návrh marketingové strategie, s. 80. Autor se věnuje komunikaci na SM s ukázkami - návrhy řešení. Vzhledem k zaměření a věku respondentů asi bude vhodné více využít TikTok, určitě engagement zvyšují zákaznické soutěže a mohou mít dopad na WOM, což je pro event důležité. Kalkulace nákladů bez vlastní práce je na s. 91. Doporučení jsou realná a vhodná.

Celkově práci hodnotím výborně a oceňuji realizaci a zpracování dat o dvou výzkumných šetření.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Myslíte si, že pro marketing hudebních festivalů není důležité ponákové chování a spokojenost zákazníků? Bude něco z vašich návrhů použito organizátory akce?

V Plzni, dne 14. 5. 2024

Podpis hodnotitele