

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Národní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Vliv sociálních sítí Českého svazu kanoistiky sekce divoká voda v kontextu podpory svazu partnery.

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Vojtová Veronika

Vedoucí práce: Ing. Břetislav Stromko, MBA

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	X
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	X
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	X
	Aktuální prameny	
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využitě pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	X
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	X
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Cílem závěrečné práce je vytvořit marketingovou strategii sociálních sítí Českého svazu kanoistiky sekce divoká voda. Cíl je zvolen vhodně a je splnitelný na vymezeném prostoru. S ohledem na téma se autorka v teoretické části postupně správně věnuje problematice sportovního a online marketingu a následně zaměřuje pozornost na sociální sítě. Teorie poskytuje kvalitní vhled do dané problematiky, navíc je rovněž dostatečně aktuální a prezentuje současné trendy. Práce se zdroji je na dostatečně dobré úrovni. Použité metody jsou náležitě popsány v samostatné kapitole. Bylo dohromady analyzováno 96 příspěvků ze sítí Facebook a Instagram dle předem stanovených kritérií a kategorizace. Též bylo provedeno dotazníkové šetření (300 respondentů, byl také uskutečněn pretesting) a rozhovory se dvěma partnery svazu (Uniqua, Big Shock!). Vzor dotazníku, tabelizovaná data i přepisy rozhovorů je možné správně dohledat v přílohách práce. Prezentovaný postup je kvalitní a hodnotím ho kladně. Praktická část začíná představením Českého svazu kanoistiky sekce divoká voda a jejich profilů na sociálních sítích. Poté je provedena analýza dat z příspěvků - ta je zpracována velmi dobře a předkládá výsledky ve strukturované podobě. Stejně tak výsledky dotazníkového šetření jsou zpracovány kvalitně, možná by jen bylo vhodné data více křížit, aby se místy nejednalo pouze o vyhodnocení četností. Velmi dobrou úroveň má rovněž vyhodnocení výsledků rozhovorů. Následuje shrnutí a doporučení - to správně vychází jak z poznatků z teoretické části, tak z výsledků výzkumu. Předložený plán a strategie jsou logické, dostatečně podrobné, praktické a aplikovatelné. Text obsahuje některé drobné formální nedostatky. Práce je v souladu se zadáním. Je zpracována systematicky a její jednotlivé části na sebe logicky navazují. Jako vedoucí kladně hodnotím také aktivitu studentky a její zájem o téma. Práci tak doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

V teoretické části je uveden storytelling jako postup, jak zvýšit zapojení fanoušků na sociálních sítích. Jakým způsobem, v jaké formě a proč by měl storytelling na sociálních sítích používat i Český svaz kanoistiky sekce divoká voda? Svou odpověď odůvodněte a uveďte příklady toho, jak by takový obsah mohl vypadat.

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jak na profilech na sociálních sítích Facebook a Instagram Českého svazu kanoistiky sekce divoká voda správně pracovat s obsahem partnerů a sponzorů? Jak a jakým obsahem jim zajistit dostatečnou vizibilitu tak, aby tyto příspěvky stále měly výbornou míru zapojení a nenarušilo to celkový koncept komunikace?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Rozeberte, prosím, výhody a nevýhody influencer marketingu. Jak by mohl influencer marketing pomoci navýšit počet sledovatelů a míru zapojení na profilech Českého svazu kanoistiky sekce divoká voda na sociálních sítích Facebook a Instagram? Uveďte, prosím, konkrétní příklady.

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 23.12.2022

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz