



POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Filip Šindelka

Název práce: Využití sociálních médií v marketingu bojových sportů

Autor posudku: Pavel Bachmann

Cíl práce: Identifikovat marketingovou komunikaci na sociálních sítích v kontextu společností pořádajících galavečery bojových umění

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

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Softwarem zjištěná podobnost je 7,5 %. Zobrazené podobnosti byly prozkoumány a dílo je dle mého názoru originální.

Dílejší připomínky a náměty:

1. Cíl práce je vymezen na str. 2, a to relativně rozsáhle, což je však spíše na škodu jeho srozumitelnosti.
2. Práci by prospěla revize po stránce stylistické a formální, občasně schází skloňování, používají se anglikanismy (např. „více než důležité“ na str. 4) a další.
3. Literární rešerše začíná velmi obecně marketingem, za přínosné však považují, že autor dostupné zdroje skutečně srovnává a diskutuje, nejedná se tedy pouze o výčet základní literatury.
4. Metodika je popsána dostatečně detailně, nicméně její struktura je mírně zmatená. Aplikované metody pokládám za relevantní.

5. Pozitivně hodnotím šíři zvolených výzkumných otázek, resp. následně zjištěných poznatků (od charakteristiky zkoumané organizace, přes analýzu využití komunikačních kanálů, efektivnost publikovaného obsahu, až po spolupráci s influencery a komparaci s konkurencí).

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Konstatuji, že přes dílčí nedostatky autor prokázal schopnost zpracovat zadané téma. Práce má konkrétní praktický přínos pro hodnocenou organizaci. Student byl schopen pracovat samostatně. Ze zmíněných důvodů doporučuji práci k obhajobě.

Otázka k obhajobě:

1. Domníváte se, že zjištěné poznatky platí univerzálně pro sportovní odvětví, nebo má marketing bojových sportů svá unikátní specifika? Pokud ano, která to jsou a jak jsou využívána v rámci marketingové komunikace Vaší organizace.

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: B

V Hradci Králové, dne 30. dubna 2024

podpis