



## POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Filip Šindelka

**Název práce:** Využití sociálních médií v marketingu bojových sportů

**Autor posudku:** Ing. Jakub Lisa

**Cíl práce:** Analýza marketingové komunikace na sociálních sítích největší české organizace pořádající galavečery bojových sportů

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly:

Anti-plagiátorský systém při posouzení práce vykázal shodu 7 %, což je běžná situace. Po prostudování práce a se znalostí detailů o podobnostech v textu konstatuji, že bakalářská práce je v detailech řádně opatřena citacemi a není v rozporu s pravidly pro zpracování závěrečných prací.

### Dílčí připomínky a náměty:

Bakalářská práce je zpracována s drobnými formálními nedostatky (interpunkce, slovosled). Autorovi bych doporučil vytvářet kratší věty, které budou lépe srozumitelné. Bakalářská práce je systematicky členěna, byť některé pasáže jsou netradičně pojmenovány (např. kapitola 5 – Výsledky, je ve skutečnosti komplexní zpracování praktické části). V teoretické části jsou popsány odborné pojmy související s marketingem a jeho formami. Praktická část je zaměřena na vypracování odpovědí na výzkumné

otázky. V teoretické části autor kvalitně vysvětluje pojmy související s marketingem, vč. průletu do jeho historie. V praktické části následně autor analyzoval komunikační kanály, provedl obsahovou analýzu webu a sociálních sítí, vč. porovnání zkoumané organizace s konkurencí.

### **Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:**

Cílem závěrečné práce bylo odborně zpracovat odpověď na celkem 5 položených výzkumných otázek. Výzkumné otázky se týkaly marketingové komunikace Oktagon MMA. Autor v bakalářské práci popsal teoretické aspekty, které následně aplikoval na zkoumanou společnost. Byly odborně provedeny a vyhodnoceny dílčí analýzy, ze kterých autor definoval marketingovou komunikaci, čímž naplnil definovaný cíl práce. Odpovědi na výzkumné otázky jsou řádně popsány. Závěrečná práce splňuje kvalitu a kvantitu bakalářské práce.

### **Otázky k obhajobě:**

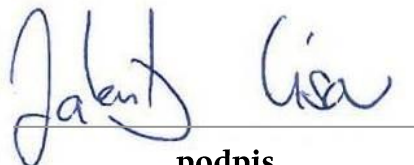
**1/ Jaký je základní rozdíl marketingové komunikace bojových sportů oproti tradičním kolektivním sportům?**

**2/ V jaké fázi životního cyklu se v současné době nachází dané sportovní odvětví (bojové sporty, potažmo přímo organizace Oktagon MMA) a jaký to má vliv na marketingovou komunikaci?**

Práci **doporučuji** k obhajobě.

**Navržená výsledná známka: B**

V Hradci Králové, dne **11. května 2024**

  
podpis