

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK Oponenta ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Obsahová strategie pro ČAUS na sociálních sítích

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Houžvičková Kristýna

Oponent práce: Dr. Mgr. Jiří Boháček

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	X
	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 práce je navrhnout obsahovou strategii pro ČAUS (Českou asociaci univerzitního sportu) na sociálních sítích, věnuje se oblasti sportovního marketingu. Praktická část je zpracována rozbořem sekundárních zdrojů z vnitřního i vnějšího prostředí ČAUS. Zásadní metodou pro doporučení obsahu strategie ČAUS na sociálních sítích je vlastní výzkum, dotazníkové šetření. Dále jsou použity kvalitativní metody monitoringu a pozorování zaměřené na obsah a provoz na profilech sociálních sítí FB a Instagram ČAUS. Doporučení jsou podrobná, konkrétní, vyplývají z výsledků šetření, reflektují komunikační cíle ČAUS, obsahují kompletní informace o charakteru obsahu postů, jejich četnosti, mixu sociálních sítí v podobě zpracovaného publikačního plánu. Navíc doporučení obsahují i časovou náročnost péče o profily, spolupráci s influencery, rozpočet a postupy měření úspěšnosti komunikace. Výtky: Zbytečně podrobné třídění obsahu, krátké podkapitoly včetně několika podkapitol čtvrté úrovně a formální chyby v bibliografických citacích.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Uvažuje se i o placené kampani ČAUS na sociálních sítích?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Bylo by možné využít spojení s profily univerzitních sportovních klubů, jejich fanoušků pro rozšíření sledujících sociální sítě ČAUS?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 24.05.2021

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz