

POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Obsahová strategie pro ČAUS na sociálních sítích

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Houžvičková Kristýna

Vedoucí práce: Ing. Břetislav Stromko, MBA

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	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
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	
	Postačující množství	X
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	X
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

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

Další hodnocení:

Tématem práce je obsahová strategie a sociální síť. Konkrétně je pak cílem poskytnout doporučení České asociaci univerzitního sportu a navrhnout obsahovou strategii pro její profily na sociálních sítích. Cíl je zvolen vhodně a je splnitelný na prostoru práce. Text je v souladu se zadáním. Teorie odpovídá zaměření práce. Postupně je pozornost věnována sportovnímu marketingu, sociálním médiím a obsahovému marketingu. Práce se zdroji a odkazování na ně je na kvalitní úrovni. Jsou střídáni různí autoři, zdroje jsou pestré, pouze někdy mohly být voleny novější. S ohledem na téma práce by místy byla jejich větší aktuálnost vhodnější. Metodika je náležitě popsána v samostatné kapitole. Ke sběru dat autorka využila dotazníkové šetření (21 otázek, 300 respondentů). Vzor dotazníku i tabelizovaná data jsou správně uvedeny v přílohách práce. Je také vysvětleno, jak otázky v dotazníku navazují na cíle práce a teoretickou část. Rovněž byl proveden pretesting. Dále bylo využito pozorování. Praktická část začíná představením zvolené organizace a analýzou sociálních sítí ČAUS - ta ukazuje na menší počty sledujících a engagement rate profilů. Následuje vyhodnocení dotazníkového šetření. To je poměrně zdařilé, nicméně ocenil bych více grafů a tabulek. Také mohla být provedena hlubší analýza dat a jejich křížení. Často se v podstatě jedná pouze o vyhodnocení četností a podílů. Poté jsou prezentována doporučení. Ta jsou dostatečně podrobná a vycházejí z prezentovaných výsledků výzkumu a vhodně též navazují na poznatky z teoretické části. Je popsána rovněž časová a finanční náročnost. Práce je zpracována systematicky a jednotlivé části na sebe logicky navazují. Studentka pravidelně konzultovala a jevila o téma velký zájem. Práci doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jak by mohly do obsahové strategie ČAUS patřit další formáty jako blog nebo podcasty? Svou odpověď odůvodněte. Jaké jsou výhody a nevýhody těchto formátů a jak by mohly být propojeny na sociální síť ČAUS?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Mohl by ČAUS k tvorbě obsahového marketingu a správě sociálních sítí využít také externí marketingové agentury? Jaké výhody a nevýhody má spolupráce s agenturami?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 29.05.2021

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz