

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Marketing sociálních sítí v Gambrinus lize – komparace využívání sociálních sítí jednotlivými kluby

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Šmíro Vladimír

Oponent práce: Doc. Ing. Zdeněk Linhart, CSc.

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

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

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

Další hodnocení:

Zadání práce neobsahuje metodickou kapitolu, práce ano. Proto DP nesplňuje a bez metodiky ani nemůže splňovat zadání. Pro cíl "sestavit přehled nejčastějších chyb, trendů" mají tyto seznamy v DP podobu opisu - cituji "Proto autor práce znovu upozorní na chyby a znovu je rozebere", nikoliv doloženého nálezu autora.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Když autor vyčítá jako chybu "Chybí obchodní rozměr", proč nemá obchodní rozměr ve své práci? Proč nevyjádřil vliv sociálních médií na příjmy klubů?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Když autor jako cílený trend uvádí pohled do zákulisí, může vysvětlit co je na větě "Může se jednat i o méně kvalitní fotky nebo videa, mnohem důležitější je ale obsah, díky kterému mají tyto příspěvky mnohem vyšší interakci fanoušků stránek" jeho nálezem?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Když "autor chtěl poukázat na fakt, že marketingová komunikace přes sociální sítě přímo souvisí s návštěvností ligových stadionů" má k tomu nějaký důkaz?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Může autor u jednoho z komparovaných kritérií ukázat vliv na obrat nebo podíl na trhu klubu nebo sociálního média a tím vysvětlit zmatek mezi marketingem klubů a sociálních sítí v názvu DP?

Klasifikace	výborně	
	velmi dobře	
	dobře	
	nevyhovující	X

Datum: 09.05.2014

Podpis oponenta práce