

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Obsahová komunikační strategie AC Sparta Praha ženy na sociálních sítích

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Pochmanová Aneta

Oponent práce: Mgr. Ivan Rokošný, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	X
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	X
	Relativně jednoduché	
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
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	X
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	
	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:

Autorka zpracovala velmi aktuální téma. Teoretická část je zpracována průměrně, práce s odbornými zdroji i celkový obsah teoretické části by mohl být propracovanější. Výzkumná část využívá více metod. Oceňuji přidaný rozhovor, který rozšiřuje povědomí o problematice. Obsahová analýza organizace je dostačující, ale působí mírně nekompletně a kromě deskripce a komparace by se hodila i hloubková analýza marketingové komunikace. Závěry a doporučení práce jsou jednoznačné, avšak ocenil bych kreativnější přístup v řešení problematiky. Rozšíření marketingového týmu je samozřejmostí i bez větší analýzy. Bakalářská práce měla větší potenciál, avšak ve své podstatě splňuje zadání i vytyčené cíle, i když s mírnými limitacemi.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jakým způsobem by bylo možné zlepšit marketingovou komunikaci vybrané organizace na sociálních sítích použitím úspěšného příkladu ze zahraniční organizace (např. Chelsea Women)

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jaká doporučení má autorka pro organizaci s cílem zvětšit povědomí o problematice a rozšířit fanouškovskou základnu (např. u mladšího publika)?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 01.06.2024

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz