

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Národní 2600/9a, 158 00 Praha 5

## POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

**Název práce:** Marketingová komunikační kampaň na sociálních sítích

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Študent Petr

**Vedoucí práce:** Ing. Chocholáč Jan, Ph.D.

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

<b>Vlastní přínos práce</b>	Formulace původních závěrů	<b>X</b>
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

## **Další hodnocení:**

Předložená bakalářská práce Petra Študenta se zabývá problematikou marketingové komunikační kampaně na sociálních sítích, což je v současné době velmi aktuální téma pro mnoho organizací. Student si stanovil cíl bakalářské práce následovně: „Cílem této bakalářské práce je, na základě analýzy současného stavu, navrhnout marketingovou komunikační kampaň na sociálních sítích pro Bohemians Praha 1905.“, přičemž je možné konstatovat, že cíl práce byl jednoznačně splněn. Student ve druhé kapitole bakalářské práce vymezil zkoumanou problematiku se zaměřením na marketingovou komunikaci, komunikační mix, online marketingovou komunikaci, marketing na sociálních sítích, charakteristiku sociálních sítí a proces plánování marketingových komunikačních kampaní, čímž položil adekvátní teoretický základ pro další kapitoly bakalářské práce. V rámci třetí kapitoly student analyzoval současný stav marketingové komunikace na sociálních sítích Bohemians Praha 1905 a relevantních konkurentů s využitím metody benchmarkingu a strukturovaných rozhovorů, přičemž výsledky analýzy využil pro návrh marketingové komunikační kampaně na sociálních sítích pro Bohemians Praha 1905. Velmi pozitivně hodnotím studentovu erudici v oblasti zpracovávaného tématu, znalost fotbalového prostředí a použití mnoha relevantních metod při zpracování bakalářské práce. Za stěžejní považuji zejména analytickou a praktickou část bakalářské práce. Návrhy a doporučení, prezentované v bakalářské práci, jsou implementovatelné v praxi. Student byl po celou dobu zpracování bakalářské práce velmi iniciativní, proaktivní, pečlivý, svědomitý a samostatný. Bakalářská práce je úplná, obsahově logicky provázaná, velmi dobře strukturovaná a obsahuje mnoho příloh, které velmi vhodně dokreslují řešenou problematiku. Předloženou bakalářskou práci doporučuji k obhajobě, protože student splnil požadavky kladené na tento typ kvalifikační práce.

## **Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:**

Byly návrhy a doporučení představené v bakalářské práci prezentovány managementu Bohemians Praha 1905, popřípadě byl/bude některý z návrhů implementován v praxi?

## **Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:**

Vaše analýza odhalila, že pouze 13 % fanoušků Bohemians Praha 1905 je ve věku 18-24 let. Jaké konkrétní strategie a taktiky navrhuje pro zvýšení zapojení této věkové skupiny na sociálních sítích?

## **Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:**

V bakalářské práci navrhuje novou sérii videí, která demonstrují zápasový den a zákulisí klubu. Můžete podrobněji popsat, jaké klíčové prvky a formáty by měly tyto videa obsahovat, aby byly atraktivní pro cílovou skupinu a zároveň efektivně posilovaly vztah mezi klubem a fanoušky?

## **Ostatní otázky vztahující k tématu práce:**

**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

<b>Výsledné hodnocení</b>	doporučuji k obhajobě	<b>X</b>
	nedoporučuji k obhajobě	

**Datum: 28.05.2024**

\_\_\_\_\_  
**Podpis vedoucího práce**

**VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.**

info@vsem.cz, www.vsem.cz