

**POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE**

**Název práce:** Obsahová strategie advokátní kanceláře Urbášek & Partners, s.r.o.

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Hamzová Anna

**Vedoucí práce:** Ing. Břetislav Stromko, MBA

<b>Práce splňuje zadání</b>	Ano	<b>X</b>
	Ne	
<b>Aktuálnost tématu</b>	Velmi aktuální	
	Aktuální	<b>X</b>
	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	
	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	
	Formální bez užších vazeb na text	

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

**Další hodnocení:**

Tématem práce je obsahová strategie advokátní kanceláře Urbášek & Partners. Tomu odpovídá cíl práce, jehož náplní je poskytnout doporučení zmíněné firmě v této oblasti. Cíl považuji za vhodně zvolený, dostatečně specifický a splnitelný na prostoru bakalářské práce. Teoretická část reflektuje téma práce. Nejdříve jsou prezentovány jednotlivé aspekty obsahového marketingu, dále komunikační média a pozornost je též věnována specifikům komunikace v advokacii. Práce se zdroji a odkazování na ně jsou kvalitní, pouze v některých kratších pasážích bych s ohledem na téma práce uvítal jejich větší aktuálnost. Jinak je tato kapitola zpracována zdařile a poskytuje solidní základ pro další části práce. Metodika je patřičně popsána v samostatné kapitole. Ke sběru dat pro praktickou část je využito dotazníkové šetření, jehož se účastnilo 275 respondentů. Kladně hodnotím, že byl proveden také pretesting dotazníku. Dále je rovněž využita komparace, obsahový audit a analýza klíčových slov. Vzor dotazníku a tabelizovaná data lze správně dohledat v přílohách práce. Praktická část začíná představením společnosti Urbášek & Partners, jejích webových stránek, je prezentována analýza klíčových slov a obsahový audit. Následuje zmapování konkurence a rozbor výsledků dotazníkového šetření. Všechny výsledky jsou popisovány dostatečně detailně a odpovídají zaměření práce. Na základě všech předložených zjištění jsou dále vytvořena doporučení pro obsahovou strategii. Ta jsou dostatečně konkrétní a propojují jak poznatky z teoretické části, tak výsledky výzkumu. Bylo provedeno rovněž částečné vyhodnocení finanční náročnosti implementace doporučení. Text je zpracován systematicky s ohledem na cíle práce, jednotlivé části na sebe navazují a jsou logicky propojeny. Jako vedoucí práce kladně hodnotím aktivitu studentky při psaní práce, pravidelně konzultovala a na textu je znát zájem autorky o dané téma. Práci doporučuji k obhajobě.

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

Jaké výhody a nevýhody má tvorba obsahu (např. článků) interně a jaké externě (např. prostřednictvím agentur a freelancerů)? Vysvětlete.

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

V teoretické části jsou představeny cíle obsahové strategie, jedním z nich je zvýšení reputace v oboru. Jaké komunikační prostředky dokáží nejlépe zvýšit reputaci a proč? Demonstrujte, prosím, na příkladech.

**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	<b>X</b>
	nedoporučuji k obhajobě	

**Datum: 25.07.2020**

---

**Podpis vedoucího práce**