

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: BP Obsahový marketing týmů 1. české fotbalové ligy na sociálních sítích Facebook, Twitter a YouTube

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Cmíral Petr

Oponent práce: Ing. Peter Matisko, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	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	X
	Využité pasivně, věcně správně citované	
Nedostatečně využité		

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

Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	X
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	
	Vhodné doplnění textu	X
	Formální bez užších vazeb na text	

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

Další hodnocení:

Bakalářská práce poměrně detailním způsobem analyzuje online marketing sportovních klubů z různých pohledů. Analýza je provedena dobře, nicméně mám vážné výhrady k formátu práce. * Grafy jsou zpracované velmi nešťastně. Na jednu procentuální škálu jsou vloženy likes, zobrazení a komentáře nebo sdílení. Zobrazení a počet likes jsou naprosto odlišné metriky a jejich spojením vznikne úplně nečitelný graf. Například Graf 19 zobrazuje statistiky příspěvků podle tématu, nicméně takto sestavený graf neposkytuje ani dobrou možnost relativního srovnání. Jak se liší absolutní hodnoty shlédnutí a likes pro jednotlivá témata? * Několik grafů řeší počet příspěvků během roku, ale z této analýzy není vůbec nic odvozeno. Text grafy jenom popisuje, ale neukazuje na žádné souvislosti. Tyto grafy v práci nepřinášejí vůbec žádnou hodnotu. * Číslování kapitol ve 4 úrovních je příliš na takto krátkou práci. Není důvod spojit témata do kapitoly 3.1 a pak je dál dělit v 3.1.x. 3.1.1 může být 3.1. Obecně je dobré minimalizovat i použití třetí úrovně nadpisu. 4. úroveň, pokud se používá už nemá mít číslo. * Jako největší problém shledávám chybějící propojení doporučení s daty. Vazba je velmi volná, nebo úplně chybí. Jednotlivá doporučení nejsou dobře vysvětlena. Celkově je kapitola 3.3 dost krátká. Například doporučení zapojit fanoušky do tvorby obsahu (kap. 3.3.1). Z čeho toto doporučení plyne? Jaké výsledky lze očekávat? Existuje statistika, která ukazuje na přínos tohoto doporučení? Jaké je provázání tohoto doporučení s předchozí analýzou? Doporučení "Využívání různých forem obsahu a jejich rovnoměrnější zastoupení" je vágní, nevysvětluje pojmy "různé formy obsahu" a "rovnoměrnější zastoupení". Co si pod tím má klub představit? Jak bude vypadat realizace tohoto doporučení? * I přes zásadní výhrady doporučuji práci k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Vysvětlete návaznost doporučení z kapitoly 3.3.1 na analýzu. Ukažte, jak budou jednotlivá doporučení realizována. Jaká je finanční náročnost realizace?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Pro jednotlivé kanály YT, FB, Twitter ukažte účty sportovních klubů, které používají některé z vámi doporučených marketingových technik a popište výsledky.

Otázka č. 3 vztahující se 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

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 05.06.2021

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz