



POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Ondřej Dörner

Název práce: Sportovní marketing na sociálních sítích

Autor posudku: Pavel Bachmann

Cíl práce: Analyzovat marketing na sociálních sítích světových velkoklubů.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Softwarem zjištěná podobnost je 2 %, zaznamenané podobnosti jsou řádně ocitovány.

Dílčí připomínky a náměty:

Předložená bakalářská práce Ondřeje Dörnera se zaměřuje na marketingovou komunikaci na sociálních sítích realizovanou předními fotbalovými kluby. Text je zpracován v rozsahu 66 stran (včetně přílohy).

Teoretická část je zpracována v rozsahu 21 stran, jednotlivé podkapitoly na sebe vhodně navazují. Autor využívá primárně domácí literární zdroje, ať již zaměřené obecně nebo konkrétně na oblast sportovního marketingu. Teoretické zdroje jsou spíše řazeny za sebou, než že by byly vzájemně provázány či dány do protikladu a mohly tak vytvořit syntézu dosavadních teoretických poznatků v řešené oblasti.

Cíl je definován velmi široce jako „analyzovat marketing na sociálních sítích světových velkoklubů“, podrobnější členění cílů je pak stylisticky kostrbaté a poněkud zmatečné. Pro naplnění cíle práce je formulováno osm výzkumných otázek zaměřených na (1) druh

sociálních sítí využívaných kluby, (2) provázanost webu a sociálních sítí, (3) počet sledujících a (4) jeho vývoj, (5) publikační aktivitu. Následně pak otázky zaměřené na konkrétní interakce generované publikovaným příspěvkem, tj.: (6) počet reakcí, (7) počet komentářů a (8) počet sdílení. Metodicky autor využívá obsahovou analýzu.

Výzkumný vzorek zahrnuje 5686 příspěvků publikovaných 15 světovými kluby v období od 1. 7. do 31. 12. 2020. Provedená analýza je dostatečně detailní a přináší podnětné výsledky. Za přínos považuji zejména kvalitativní analýzu obsahu komunikace, která vzbuzuje vysoké zaujetí u fanoušků. Formálně je práce na dobré úrovni, nicméně některé dílčí chyby jsou velmi zřetelné, například anotace výrazně přesahující limit.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Konstatuji, že autor prokázal schopnost pracovat samostatně. Přes drobné nedostatky je práce zpracována velmi pěkně a má svůj praktický přínos. Práci doporučuji k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

1. Z práce lze vysledovat, že nejvyšší počet reakcí přináší obsah zaměřený na konkrétní sportovce, nejvyšší počet komentářů pak obsah zaměřený na vývoj nebo výsledek utkání a nejvyšší počet sdílení obsah umožňující sledování videa. Souhlasíte s tímto tvrzením? Pokud ano, zkuste uvést důvody pro takové chování fanoušků.

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: B

V Hradci Králové, dne 14. května 2021

podpis