

POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta/diplomantky: Natálie Tauchenová

Název práce: Marketingová komunikace sportovních organizací na sociálních sítích

Cíl práce: Cílem práce je na základě získaných dat vytvořit konkrétní návrhy, jak využívat sociální sítě jako prostředek komunikace a propagace sportovních svazů.

Jméno oponenta: William Crossan

Zaměstnavatel a funkce oponenta (pokud není zaměstnancem UK FTVS):

Celková náročnost práce:

podprůměrná průměrná nadprůměrná (zvýrazněte)

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující (uved'te)

Stupeň splnění cíle práce	velmi dobře
Logická stavba práce	výborně
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	velmi dobře
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta/diplomantky	velmi dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	výborně
Pravopis a stylistika	Nemohu posoudit jazyk

Praktická či teoretická využitelnost zpracování:

podprůměrná průměrná nadprůměrná (zvýrazněte)

Hodnocení práce:

Autorka prokazuje velmi dobrou znalost sociálních médií. Analyzovala velmi rozsáhlý soubor dat a výsledky přehledně shrnula. Zvolená metoda výzkumu, rozhovory s osobami odpovědnými za účty sportovních federací na sociálních sítích a analýza příspěvků těchto federací na sociálních sítích za dané období, je adekvátní pro naplnění cíle práce. Velké množství uvedených doporučení logicky vyplývá ze shromážděných výzkumných poznatků a mohlo by být velmi užitečné pro další sportovní organizace, které ještě nejsou přítomné na sociálních sítích.

Práce postrádá jasné vysvětlení účelu, funkcí a z nich vyplývajících komunikačních potřeb národních sportovních federací. Důležitým krokem, který by měl předcházet diskusím o komunikačním médiu a způsobu komunikace, je jasné určení zainteresovaných stran a jejich vztahu ke sportovní organizaci.

Stejně tak autorka nebere v úvahu rozsáhlý existující výzkum využívání sociálních médií ve sportu. Důležité trendy, které vyplývají ze sociálních médií a které mohou být sociálními médii řešeny, jsou přehlíženy. Patří mezi ně změny v počtu diváků, kteří přecházejí od zápasů a sportovního televizního

zpravodajství ke sportovním zajímavostem získaným online; nebo sledování naživo (osobně nebo prostřednictvím vysílání) současně s interakcí prostřednictvím sociálních médií. Přehled těchto a podobných trendů ve využívání sociálních médií ve vztahu ke sportu by zvýšil význam této práce.

Připomínky:

- a) Stupeň splnění cíle práce
Cíl práce je dostatečně splněn. Pokud by byly komunikační potřeby sportovních svazů jasněji definovány, mohl být cíl splněn ještě lépe.
- b) Logická stavba práce
Práce má logickou strukturu a průběh. Sekce teoretického pozadí je logicky rozvržena. Výsledky jsou prezentovány logicky; nejprve jsou shrnuty cíle a očekávání respondentů v oblasti sociálních médií, poté jsou prezentovány analytické výsledky a teprve poté jsou porovnány s odpověďmi z rozhovorů. Doporučení logicky vyplývají ze získaných výsledků.
- c) Práce s literaturou – citace, vlastní komentář
V sekci teoretického pozadí autorka dobře srovnává současné trendy využívání sociálních médií v mezinárodním měřítku a v České republice. Autorka cituje jak z akademických učebnic, tak z článků v odborných časopisech. Je zde dostatečně zastoupena současná literatura o využívání sociálních médií, což je důležité zejména při diskusi o rychle se měnícím světě sociálních médií.

Na druhou stranu autorka nedostatečně analyzuje trendy, jak fanoušci a sportovní organizace využívají sociální média. Uvádí sice několik příkladů, ale přehlíží aktuální výzkumy na toto téma. Výjimku tvoří Abeza et al. 2019 a Geurin-Eagleman a Burch (2015). Přehled této literatury by autorce poskytl informace pro vhodnější koncipování studie a srovnání v diskusi. Pochopení trendů využívání sociálních médií ve sportu by také posílilo doporučení.

Několik citací v textu není uvedeno v referencích: Treadaway (2011) citovaný na straně 18, Geurin-Eagleman a Burch (2015) na straně 19, Chatfield (2013) na straně 23, Introbooks (2018) na straně 25, Herman (2018), Fiala (2014).

V diskusní sekci jsou správně porovnány výsledky studie s teoretickým pozadím, nicméně namísto použití citací v této části autorka odkazuje zpět pomocí čísel oddílů práce. Jedná se o drobnou chybu.

- d) Adekvátnost použitých metod
V části věnované metodologii jsou jasně popsány metody, které autorka použila. Jsou uvedena data a metody rozhovorů a přezkoumání příspěvků na sociálních sítích. Údaje získané z příspěvků na sociálních sítích jsou přehledně uvedeny. Při přezkoumání 14 účtů na sociálních médiích v průběhu 5 týdnů mohla autorka prozkoumat velké množství dat.

Přesto se jedná o příspěvky sezónního charakteru, které tak nereprezentují komunikační potřeby sportovní federace v průběhu běžného roku. Výběr podobných sportů má svou logiku. Ale možná by výběr sportů, které mají jiné sezóny, nebo použití jiných časových období bylo názornější a pomohlo by poskytnout sportovním federacím úplnější doporučení, pokud jde o jejich strategie v oblasti sociálních médií.

Práce neobsahuje doklady o schválení etickou komisí nebo minimálně podepsaný souhlas dotazovaných osob.
- e) Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta/diplomantky
Shromážděná data jsou dobře analyzována. Autorka údaje pouze neprezentuje, ale je schopna je porovnat a interpretovat. Z celé práce je zřejmé, že autorka rozumí prostředí sociálních médií.

Jak již bylo řečeno, pro vynikající úroveň této práce je třeba hlubšího přehledu a srovnání se současnými trendy využívání sociálních médií ve sportu.

- f) Úprava práce: text, grafy, tabulky
Grafy a tabulky přehledně ilustrují zjištěná data. Výběr ilustračních příkladů příspěvků na sociálních sítích je reprezentativní a přiměřený.

Uvítal bych souhrnnou tabulku nebo graf srovnávající výsledky nebo jejich část mezi třemi zkoumanými federacemi.

- g) Pravopis a stylistika - Nemohu posoudit jazyk

Otázky k obhajobě:

1. Jaký je účel a hlavní funkce národní sportovní federace? Kdo jsou její hlavní zainteresované strany?
2. V úvodu je zmíněno využívání kanálů sociálních médií americkými profesionálními sportovními ligami. Jak se liší cíle profesionální sportovní ligy od cílů národních sportovních federací a jak se tyto rozdíly v cílech mohou projevit v obsahu sociálních médií?
3. Dvě témata, kterými se ve své práci v souvislosti se sociálními médii a sportovními organizacemi nezabýváte, jsou: 1) preference mladších diváků pro sestřihy zápasů před sledováním celých zápasů a 2) sledování živých přenosů fanoušky s využitím více obrazovek. Zabývají se na základě vašeho výzkumu české sportovní organizace některým z těchto trendů ve své komunikaci na sociálních sítích? Které kanály sociálních médií jsou v každém z těchto případů nejpřínosnější pro zapojení publika?
4. Která ze tří zkoumaných federací využívá sociální média nejefektivněji? O jaká kritéria se váš názor opírá?

Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu k diplomantovi/diplomantce.

V Praze dne

Podpis

.....

William Crossan