

# POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Jiří Němec

**Název práce:** Aspekty využití sociálních médií basketbalovými kluby

**Jméno oponenta:** Mgr. William Crossan PhD

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

## **Celková náročnost tématu na:**

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

## **Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:**

Stupeň splnění cíle práce	Výborně
Logická stavba práce	velmi dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Výborně
Adekvátnost použitých metod	Výborně
Hloubka tématické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Výborně
Úprava práce: text, grafy, tabulky	velmi dobře
Stylistická úroveň, jazyk	velmi dobře

## **Praktická/teoretická využitelnost zpracování:**

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

## **Hodnocení práce:**

Autor projevuje hluboké znalosti využití sociálních médií ve sportu v českém kontextu, stejně tak v prostředí profesionálního sportu v Severní Americe. Teoretická část a hloubková analýza jsou podrobně zpracované, a to i ve světle reality českého sportu a pozice basketbalu v této kultuře. Návrhy autora poskytují jak základní výchozí bod pro využití sociálních médií, stejně tak i důkladný návod, který může každý tým následovat. Jediný významný nedostatek, který jsem v práci našel, je absence jasného vysvětlení, proč tým potřebuje využívat sociální média a jaký přínos to bude mít pro tým.

## **Připomínky:**

Teoretická část obsahuje vynikající popis historie rozvoje sociálních médií, včetně dobré citace širokého spektra mezinárodních autorů. Nejčastěji je citován Bednář 2011, možná až příliš často.

V práci je nejvíce zmiňován Facebook, méně pak Twitter a Instagram. Přehledová studie o Facebooku je velmi podrobná a vynikající. Přehledové studie o Twitteru a Instagramu jsou stručné a povrchní; práce by byla lepší, kdyby v ní bylo vysvětlení jedinečných výhod využívání těchto dvou sociálních médií v porovnání s Facebookem.

Teoretická část využití sociálních médií ve sportu je zaměřena pouze na sport v USA. Vzhledem k tomu, že citované zdroje jsou datovány nejpozději k roku 2012, nejsou v práci zmínky o livestreamingu na sociálních médiích, ani o získávání fanoušků, kteří reagují na sociálních médiích v průběhu sportovní akce přímo na místě konání (například propagace pomocí hashtagu)

Metodologická sekce neuvádí hloubkové rozhovory, které jsou uvedené v anotaci v seznamu úkolů. Není řečeno, kdy anketa s týmy proběhla nebo kdy proběhly hloubkové rozhovory.

Použití scoring modelu je velmi dobré, ale potřebuje lepší uvedení a vysvětlení. V metodologické sekci potřebuje scoring model citace a vysvětlení jak jsou hodnoty spočítány. V části výsledků je prostor pro detailnější analýzu výsledků scoring modelu. Tato práce by byla považována za podrobnou a kompletní i bez zařazení tohoto scoring modelu.

Na straně 43 je uvedeno, že Brnu chybí fanoušci na Facebooku z důvodu jeho herních výsledků. Ovšem na straně 45 autor překvapivě uvádí, že počet sledujících na Instagramu Brna není ovlivněn jejich špatným umístěním v lize. Tato korelace mezi výsledky a sledováním na sociálních médiích je všeobecně zpochybněna v literatuře (a v autorově vlastní teoretická část, kdy zmínil baseballový tým Chicago Cubs na straně 35) a v počtu fanoušků na sociálních médiích, uvedených v seznamu pro ostatní týmy v přílohách 2, 3, 6 a 7.

V metodologické i diskusní sekci autor uznává, že 15-ti denní podrobná analýza Facebooku v březnu je pravděpodobně příliš krátká, což je pravda.

Bylo by užitečné mít srovnávací graf sledování a využívání sociálních médií, a to na začátku sekce výsledků před představením jednotlivých klubů.

Diskusní sekce velmi dobře identifikuje oblasti, ve kterých by výzkum mohl být lepší, ale autorovi se nepodařilo dát do souvislosti svá zjištění z části výsledků s přehledovou studií.

Je velmi hodnotné, že autor v příloze uvedl nejen otázky z rozhovorů, ale také odpovědi každého z týmů.

### **Otázky k obhajobě:**

1. Jaký je prvořadý smysl sociálních médií pro sportovní klub? Jaké jsou hlavní výhody dobře připravené a uskutečněné strategie sociálních médií?
2. V práci je uvedeno, že Ostrava a USK mají společné účty se svými mládežnickými programy. V případě Ostravy jste k tomuto kritický, v případě USK to vnímáte pozitivně. Jaká jsou pozitiva a negativa kombinace účtů na sociálních médiích pro A týmy a mládežnické týmy v českém kontextu?
3. Z důvodu reference uvádíte statistiky sledování na Facebooku dalších sportovních týmů v daném městě, kde jsou basketbalové týmy. Jak by tyto statistiky mohly využít basketbalové týmy? Jak vysvětlíte větší počet sledujících pro týmy amerického fotbalu (dokonce i z druhé ligy), baseballu a dokonce i hokejballu, které jsou v kontextu českého sportu pravděpodobně méně populárními sporty než basketball?

**Práce je doporučena k obhajobě.** Ano

**Navržený klasifikační stupeň:** Výborně

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

V Praze dne 5.9.2017

Podpis

.....  
Jméno