

Posudek oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Tomáš ULRYCH
Název práce	Využití sociálních médií v online marketingu
Název a typ studijního programu	Ekonomika a management / Bakalářský
Fakulta / katedra	Ekonomická fakulta / KOD
Vedoucí práce	Martíšková Petra, Ing. Ph.D.
Oponent	Ing. Petr Martíšek

Posudek závěrečné práce

1. Význam a náročnost tématu 2.0

Poznámka:Autor se zabývá aktuálním a zajímavým tématem, bohužel možný potenciál z práce "vytěžen" nebyl.

2. Logická struktura práce 1.5

Poznámka:Autor postupuje ve své práci logicky a soudržně.

3. Naplnění cíle práce 3.0

Poznámka:Vytyčený cíl práce byl naplněn velmi obecně. Dle mého názoru chybí hlubší a detailnější analýza (důmyslnější statistické metody apod. ...).

4. Metodický postup 2.5

5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu 3.0

Poznámka:Autor využil k dotazování respondentů sociální síť Facebook, tedy výsledky šetření jsou logicky tímto krokem ovlivněny. Již dopředu je jasné, že u respondentů "zvítězí" Facebook oproti jiným médiím, když šetření proběhlo zde.

6. Praktický přínos práce 3.0

Poznámka:Práce působí na čtenáře spíše jako rešerše sociálních sítí a možné komunikace na nich, ale chybí hlubší a propracovanější analýza, doporučení a praxe. Praktický přínos práce kvůli velkému zobecnění pokulhává.

7. Práce s literaturou 2.0

Poznámka:Student prokázal schopnost vyhledat patřičné zdroje, zpracovat je a náležitě citovat.

8. Formální stránka 2.0

Poznámka:Práce splňuje formální požadavky kladené na daný typ kvalifikačních prací.

Závěr

Hodnocení práce (známka): **dobře**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Předložená bakalářská práce je literární rešerší doplněnou vlastním empirickým výzkumem. Bohužel student nevyužil nabízený potenciál z takto zajímavého tématu. Největší slabinou je dotazníkové šetření, které je velice obecné (nejde do hloubky na analyzovaný subjekt a vytyčený

cíl práce) a i široce uchopené, tím ztrácí na reprezentativnosti. Praktický přínos celé studentovo práce je z těchto důvodů značně nižší.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

Jak zajistit, aby se lidé více stávali „přáteli“ firem na sociálních sítích a ochotně spolupracovali s firmou?

Na jakých dalších sociálních sítích mimo popisované by analyzovaný podnik mohl se svými zákazníky aktivně komunikovat? Stručně popište jakým způsobem.

Datum: 09.05.2022

Podpis oponenta