

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Nikola ZEMANOVÁ
Název práce	Využití sociálních médií v podnikové praxi
Název a typ studijního programu	Ekonomika a management / Bakalářský
Fakulta / katedra	Ekonomická fakulta / KOD
Vedoucí práce	Martíšková Petra, Ing. Ph.D.
Autor posudku	Ing. Petra Martiskova Ph.D.

Posudek závěrečné práce

1. Logická struktura práce 1.0

Poznámka:Velmi užitečná je mimo jiné kapitola 2.6, shrnující základní poznatky o jednotlivých platformách sociálních sítí.

2. Naplnění cíle práce 1.0

3. Metodický postup 1.0

Poznámka:Byla vhodně využita metoda dotazování a dále polostrukturovaného rozhovoru.

4. Hodnocení teoretického a/nebo praktického přínosu práce 1.0

5. Práce s literaturou 1.0

Poznámka:Výběr literatury a práce s ní je na adekvátní úrovni.

6. Formální stránka 1.5

Poznámka:Místy se v práci vyskytují překlepy (rovněž v číslech při odkazování se na konkrétní grafy v textu práce), které však nebrání celkové srozumitelnosti.

7. Vlastní přínos studenta k řešení problematice 1.0

8. Kontrola plagiátorství (výsledek) **negativní**

Závěr

Hodnocení práce (známka): **výborně**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Velmi zajímavý a pro praxi přínosný je obrázek č. 3 na str. 23 znázorňující rozdíly v míře zapojení uživatelů u vybraných sociálních sítí.

Studentka vhodně využila metodu dotazování pro získání zákaznického pohledu a taktéž metodu polostrukturovaného rozhovoru pro získání pohledu majitelky vybraného podnikatelského subjektu, včetně online pozorování. Výzkumný vzorek respondentů v dotazníkovém šetření byl rekrutován na sociálních sítích Facebook a Instagram, což s ohledem na přítomnost podnikatelského subjektu právě na těchto dvou sítích dává logický smysl. Rovněž se dá říci, že věkové zastoupení respondentů ve vzorku odpovídá cílové skupině podnikatelského subjektu (viz kapitola 4.6.1). Ze zpracování číselných údajů o jednotlivých profilech podnikatelského subjektu na vybraných sociálních sítích je patrná pečlivost studentky (kapitola 4.3).

V tabulce č. 2 na str. 35 by měly „Příležitosti“ zahrnovat ideálně takové položky, které podnikatelský

subjekt nemůže ovlivnit, ale může je využít ve svůj prospěch.

V kapitole 4.5.1 studentka prokázala schopnost porovnat vlastní výsledky zjištěné dotazníkovým šetřením s relevantními studiemi.

Inspirativní myšlenky jsou obsaženy v přepisu polostrukturovaného hloubkového rozhovoru s majitelkou podnikatelského subjektu (Příloha č. I.).

V práci jsou překlady, které nebrání srozumitelnosti. Nicméně větší pozornost měla studentka věnovat obrázku č. 8 na str. 54, kde přímo v návrhu děkovné kartičky je několik chyb – vypadlo zvrtné zájmeno „se“ a chybí čárka v souvětí.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

Podle jakého zákona by měl influencer označovat svoji spolupráci s firmami?

Datum: 23.09.2022

Podpis vedoucího práce