

Posudek oponenta diplomové práce

Jméno a příjmení studenta	Denisa HAVLÍKOVÁ
Název práce	Sociální sítě jako nástroj marketingu
Název a typ studijního programu	Ekonomika a management / Navazující
Fakulta / katedra	Ekonomická fakulta / KŘE
Vedoucí práce	Rolínek Ladislav, doc. Ing. Ph.D.
Oponent	doc. Ing. Helena Chládková, Ph.D.

Posudek závěrečné práce

1. Význam a náročnost tématu 1.5

Poznámka:V posledních letech získaly sociální sítě z pohledu marketingu zcela nový rozměr. Jedná se proto o aktuální a zajímavé téma.

2. Logická struktura práce 1.5

Poznámka:Jednotlivé kapitoly na sebe logicky navazují. Používané pojmy jsou v rešerši vymezeny.

3. Naplnění cíle práce 1.5

Poznámka:Cíl práce byl naplněn, ale postrádám v ní diskusi, která by umožnila srovnání výsledků práce s výzkumy s podobným zaměřením.

4. Metodický postup 1.5

Poznámka:Metodický postup umožňuje naplnit cíl práce. Škoda, že nebyl využit reprezentativní vzorek respondentů alespoň k některé kategorii (např. věku). Jinak je dotazník zdařilý.

5. Hodnocení teoretického zobecnění a přínosu 2.0

Poznámka:Návrhy jsou spíše obecnějšího charakteru. Alespoň některé náměty mohly být finančně posouzeny.

6. Práce s literaturou 1.5

Poznámka:Literární přehled je dostačující, ale vzhledem k četnosti studií, které se této oblasti věnují, mohla práce obsahovat větší množství zdrojů.

7. Formální stránka 1.5

Poznámka:Grafy mohly být lépe barevně rozlišeny. Některé popisky splývají.

Závěr

Hodnocení práce (známka): **velmi dobře**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

V cíli práce na str.30 uvádíte, vnější analýza vybrané firmy, stejně se jmenuje i kapitola 3.3. Co si pod tím má čtenář představit? Bylo by zřejmě vhodnější použít jiný název jako Analýza současných aktivit firmy na sociálních sítích. Hypotézy by byly přesvědčivější, kdybyste využila reprezentativní vzorek respondentů nebo zaměřila zkoumání např. na generaci Y. Před otázkou 23 by bylo

vhodnější položit otázku na aktivní znalost firmy a její sledování na sociálních sítích. Předpokládám že respondent musel znát a zároveň sledovat vybranou firmu. Osobně mně 33 % Vašich respondentů sledujících tuto firmu připadá dost vysoký. Ke kvalitě práce by přispěla část diskuse, neboť existuje spousta výzkumů na podobné téma.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

Uvádíte, že firma Aktin využívá LinkedIn, ale Vy ji nemáte mezi nabízenými sociálními sítěmi. Proč? V kapitole 3.4. Vlastní návrh uvádíte podkapitoly o založení nového profilu na Facebooku a Instagramu. Proč? Firma už tam účty má. Navíc doporučujete využití sociálních sítí, které už podnik využívá. Jaké je tedy Vaše nejvýraznější doporučení? Uvažovala jste o nějakém konkrétním influencerovi, kterého by mohla firma oslovit?

Datum: 09.05.2022

Podpis oponenta