

Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Gabriela Poislová
Číslo studenta: E18750
Název bakalářské práce: Marketing na sociálních sítích
Cíl práce: Cílem práce je vymezit vhodné sociální sítě využitelné pro firemní praxi a jejich vzájemná komparace. Součástí práce je specifikace jednotlivých marketingových nástrojů sociálních sítí a způsobů jejich využití na vybrané případové studii.
Vedoucí práce: ing. Renáta Bílková, Ph.D.
Studijní program: B6028 Ekonomika a management
Akademický rok: 2020/2021

Náročnost tématu

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Teoretické znalosti	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vstupní údaje a jejich zpracování	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Použité metody	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Původnost zpracování tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Využitelnost výsledků práce

	vysoká	střední	nízká	nelze hodnotit
Pro teorii	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pro praxi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ostatní připomínky k práci

Autorka se ve své práci zaměřila na využití sociálních sítí jako jednoho z nástrojů online marketingu. Úvodní část byla zaměřena na základní charakteristiku online marketingu s důrazem na jeden ze základních nástrojů marketingu na sociálních sítích. V další části se autorka zaměřila na výběr sociálních sítí vhodných pro firemní marketingovou komunikaci a na základě zpracovaných analýz provedla jejich vzájemné srovnání.

Závěrečná případová studie shrnuje na příkladu vybrané společnosti Starbucks využití nástrojů sociálních sítí ve své marketingové online strategii.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Bakalářská práce byla posouzena v systému Theses, výsledek posouzení – NENÍ plagiát. Nejvyšší míra podobnosti je 0 % a počet podobných dokumentů je 0.

Otázky a náměty k obhajobě

1. Jakou strategii byste doporučila společnosti, která se rozhodne začít s propagací na sociálních sítích?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

Tuto bakalářskou práci navrhuji hodnotit známkou: **B**

V Pardubicích 21.5.2021

Podpis