

Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Eliška Fojtová
Číslo studenta: E20103
Název bakalářské práce: Moderní formy marketingové online komunikace
Cíl práce: Cílem práce je sestavit přehled jednotlivých forem online marketingové komunikace využitelných v podnikové praxi se zaměřením na moderní formy komunikace na sociálních sítích. Součástí práce je analýza marketingové komunikace vybrané společnosti a sestavení návrhů na zlepšení.
Vedoucí práce: Ing. Renáta Bílková, Ph.D.
Studijní program: B0413A050008 Ekonomika a management
Akademický rok: 2022/2023

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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Identifikace záznamu:

Agenda závěrečných prací

.....

Ostatní připomínky k práci

Práce je rozdělena do čtyřech základních kapitol. V úvodních kapitolách se autorka věnuje současným formám online marketingové komunikace, a to zejména prostřednictvím dnes velmi populárních sociálních médií. V rámci této části jsou popsány sociální sítě vhodné pro marketingové využití, základní nástroje komunikačního mixu a algoritmus fungování sociálních sítí.

V rámci případové studie pak autorka popisuje na příkladu společnosti Ryor stávající online marketingovou komunikaci se zaměřením na využití vlastních webových stránek a komunikaci prostřednictvím sociálních sítí. Při vyhodnocení a pro vlastní návrh vylepšení marketingové komunikace vychází autorka z komparační analýzy společnosti s konkurenční společností Saloos.

Analýza webových stránek i profilů vybraných sociálních sítí vychází z výsledků online nástroje SimilarWeb a veřejně dostupných dat sociálních sítí. Pro lepší vyhodnocení a zpracování doporučení pro budoucí marketingovou komunikaci by jistě prospělo oslovit samotnou cílovou skupinu zákazníků. Samotné návrhy na zlepšení jsou tak bohužel velmi subjektivní.

Každopádně je práce zpracována zodpovědně a s přehledem. Autorka prokázala schopnost práce na stanovených úkolech samostatně a tvůrčím způsobem.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Bakalářská práce byla posouzena v systému Theses, výsledek posouzení – NENÍ plagiát.
Nejvyšší míra podobnosti dle systému jsou 3 %.

Otázky a náměty k obhajobě

1. Pro analýzu stávající online marketingové komunikace vybraných společností jste využívala nástroj SimilarWeb. Můžete popsat jaké jsou jeho výhody a omezení použití?
2. Můžete detailněji popsat jakým způsobem funguje algoritmus sociálních sítí a jak ovlivňuje marketingovou komunikaci?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

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

V Pardubicích 23.5.2023

Podpis