Posudek vedoucího bakalářské práce

Student:	Jana Ernygrová
Číslo studenta:	E19170
Název bakalářské práce:	Social media management
Cíl práce:	Cílem práce je představit základní činnosti při správě sociálních sítí, specifikovat základní požadavky správy pro jednotlivé sociální sítě. Na příkladu vybrané společnosti či zájmové skupiny představit práci social media managera a navrhnout strategii komunikace pro jednotlivé sociální sítě.
Vedoucí práce:	Ing. Renáta Bílková, Ph.D.
Studijní program:	B0688A050001 Aplikovaná informatika
Akademický rok:	2021/2022

Náročnost tématu

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Teoretické znalosti	☐	☒	☐	☐	☐
Vstupní údaje a jejich zpracování	☒	☐	☐	☐	☐
Použité metody	☒	☐	☐	☐	☐

Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	☐	☒	☐	☐	☐
Původnost zapracování tématu	☒	☐	☐	☐	☐
Adekvátnost použitých metod	☐	☒	☐	☐	☐
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	☒	☐	☐	☐	☐
Logická stavba práce a rozsah	☐	☒	☐	☐	☐
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	☐	☒	☐	☐	☐
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	☐	☒	☐	☐	☐
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	☐	☒	☐	☐	☐

Využitelnost výsledků práce

	vysoká	střední	nízká	nelze hodnotit
Pro teorii	☐	☒	☐	☐
Pro praxi	☐	☒	☐	☐

Naposledy vytištěno 20.5.2022 9:19

Ostatní připomínky k práci

Práce je rozdělena do čtyřech základních kapitol. V úvodní kapitole se autorka věnuje problematice marketingové komunikace, a to zejména na dnes velmi populárních sociálních sítích. Současně zde autorka představuje i nově vznikající pracovní pozice, včetně práce social media manažera. Následující dvě kapitoly jsou věnovány problematice sociálních sítí, jejich správě a využívání v komunikaci se zákazníky i vlastními zaměstnanci. V rámci případové studie pak popisuje na příkladu České spořitelny stávající marketingovou komunikaci na sociálních sítích na vybraných dvou pobočkách. Následně je pak sestaven návrh komunikační strategie pro sociální síť Instagram.
V rámci zpracování případové studie se autorka zaměřila zejména na interní komunikaci dvou poboček České spořitelny se svými zaměstnanci, což asi není úplně běžná firemní praxe při marketingové komunikaci na sociálních sítích. Nicméně tento pohled na práci social media manažera ukazuje další směr, který mohou zejména větší společnosti s více pobočkami využít při rozvíjení komunikace se svými zaměstnanci a budování firemní značky.
Na vypracování předložené bakalářské práce studentka pracovala průběžně a využívala pravidelných konzultací.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Bakalářská práce byla posouzena v systému Theses, výsledek posouzení – NENÍ plagiát.
Nejvyšší míra podobnosti dle systému jsou 4 %. Jedná se však pouze o shodu dvou verzí (elektronická/tištěná) knihy LOSEKOOT, Michelle a Eliška VYHNÁNKOVÁ: Jak na sítě. V práci je vše řádně ocitováno.

Otázky a náměty k obhajobě

1. V rámci úvodních kapitol jste zmínila, že Česká spořitelna využívá i vlastní sociální síť Včelín. Z jakého důvodu zvolené pobočky preferují Instagram a SharePoint?
2. Doporučila byste České spořitelně pro marketingovou komunikaci se zákazníky zaměřit se i na jiné sociální sítě a případně jaké?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.
Tuto bakalářskou práci navrhuji hodnotit známkou: **B**

V Pardubicích 19.5.2022

Podpis .....