

Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Adéla Zámečnicková
Číslo studenta: E22153
Název bakalářské práce: Komunikační strategie na sociálních sítích
Cíl práce: Návrh komunikační strategie pro zvolený podnik s důrazem na využití sociálních sítí, která vychází z kvalitní analýzy zákazníka, konkurence a makroprostředí. Strategie bude zohledňovat efektivitu komunikace.
Vedoucí práce: Ing, Kateřina Kantorová, Ph.D.
Studijní program: Ekonomika a management
Akademický rok: 2024/2025

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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ostatní připomínky k práci

Práce je kvalitně zpracována. Autorka nejprve popsala teoretický základ zaměřený na marketing, segmentaci trhu a specifika komunikace na sociálních sítích. Teoretická část je přehledná a tvoří dobrý základ pro část praktickou.

V praktické části analyzovala společnost LUMA trading s.r.o., její zákaznické segmenty, konkurenci a současnou komunikační strategii. Významným přínosem je realizované dotazníkové šetření, které přineslo cenné poznatky o vnímání značky a nákupním chování zákazníků. Autorka si zároveň uvědomuje omezení výzkumu – konkrétně nevyvážené zastoupení respondentů – a sama navrhuje doplňující šetření zaměřené na hlavní cílovou skupinu. Tato sebereflexe zvyšuje důvěryhodnost výzkumné části.

Na základě zjištěných dat navrhla autorka komunikační strategii včetně harmonogramu, rozpočtu a návrhu spuštění e-shopu. Práce je po formální stránce zpracována dobře, v textu se vyskytují drobné nedostatky – například u některých grafů chybí popisy os, což ztěžuje jejich interpretaci. Tyto nedostatky však nesnižují celkovou kvalitu práce.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Práce byla hodnocena v systému Theses IS STAG a byla shledána míra shody do 2 %. Neprokázalo se plagiátorství.

Otázky a náměty k obhajobě

Proč jste se rozhodla oddělit SWOT analýzu na samostatné části SW a OT? Jaký byl záměr této úpravy a jak ji plánujete okomentovat při obhajobě?

Jaké jsou podle vás hlavní výhody a rizika spolupráce s mikroinfluencery v kontextu značky LUMA?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

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

V Pardubicích 19.5.2025

Podpis