

## Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Lenka Moravcová  
Číslo studenta: E22324  
Název bakalářské práce: Marketingové využití sociálních sítí  
Cíl práce: Cílem práce je popsat možnosti marketingového využití sociálních sítí s důrazem na získání a udržení cílového publika, interakci s uživateli a dosažení stanovených marketingových cílů.  
Vedoucí práce: Ing. Renáta Bílková, Ph.D.  
Studijní program: B0688A050001 Aplikovaná informatika  
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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Použité metody	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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

Bakalářská práce se věnuje aktuálnímu tématu digitálního marketingu se zaměřením na malé značky a jejich možnosti efektivní komunikace na platformách jako Facebook a Instagram. Práce kombinuje teoretické základy s praktickou aplikací – návrhem a realizací marketingové kampaně pro značku ToBe, zaměřenou na ručně vyráběné přírodní produkty.

Studentka k práci přistupovala aktivně a zodpovědně – pravidelně konzultovala, věcně reagovala na připomínky a postupně je zapracovávala. Oceňuji její schopnost samostatného řešení i organizační zvládnutí celé kampaně včetně návrhu vizuální identity a publikačního plánu. Výsledky byly zhodnoceny pomocí nástrojů Meta Business Suite, čímž práce získává praktický přínos pro značky s omezeným rozpočtem.

Teoretická část je srozumitelně zpracovaná, avšak postrádá důkladnější oporu v odborné literatuře – některé pojmy jsou vysvětlovány na základě internetových blogů namísto využití akademických zdrojů, což snižuje odbornou úroveň práce. Přesto lze práci hodnotit jako kvalitní, prakticky orientovanou a dobře zvládnutou jak po stránce obsahové, tak i realizační, s prakticky využitelným přínosem pro marketingovou praxi menších značek.

## Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Bakalářská práce byla posouzena v systému Theses, výsledek posouzení – NENÍ plagiát.  
Nejvyšší míra podobnosti dle systému jsou 2 %.

## Otázky a náměty k obhajobě

1. Ve své práci jste navrhla publikační plán pro značku ToBe, který obsahuje konkrétní typy příspěvků zaměřené na představení vybraných produktů. Můžete blíže popsat, jak jste tento plán sestavovala a jaký byl záměr při volbě jednotlivých typů obsahu?
2. Kampaně byla vyhodnocena pomocí nástrojů Meta Business Suite, zejména na základě dosaženého dosahu, počtu zobrazení a nárůstu sledujících. Jaké další marketingové nástroje nebo kanály by podle vás mohly značce ToBe pomoci doplnit komunikaci na sociálních sítích, pokud by bylo k dispozici více času, zájem o další rozvoj a případně i marketingový rozpočet?

## Závěrečné hodnocení

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

V Pardubicích 26.5.2025

Podpis .....