

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Michal Prokeš

Název bakalářské práce: Využití sociálních sítí pro marketingovou komunikaci event. agentury

Studijní obor – specializace: Management a marketing služeb – specializace obchodně podnikatelské služby

Titul, jméno a příjmení vedoucího práce: doc. Ing. Marie Hesková, CSc.

Pracoviště a pracovní zařazení: VŠERS, vedoucí katedry managementu a marketingu služeb

Hodnocení bakalářské práce

Kritérium hodnocení (označte křížkem)		Stupeň hodnocení						
		stupeň	A	B	C	D	E	F
		číselné vyjádření	1	1,5	2	2,5	3	-
Obsahová stránka BP	struktura práce	X						
	formulace cíle práce (v souladu se zadáním BP) / hypotéz a úroveň jejich naplnění	X						
	použité metody, jejich adekvátnost a relevance ve vztahu k tématu BP	X						
	faktická, věcná a obsahová správnost	X						
	hloubka provedené analýzy	X						
	zvládnutí odborné terminologie		X					
	schopnost argumentace a kritického myšlení	X						
	uplatnění práce v praxi / výuce	X						
Formální stránka BP	reprezentativnost a rozsah použité literatury a zdrojů	X						
	práce se zdroji, dodržování bibliografických norem, úroveň a četnost odkazů a citací		X					
	provázanost a sled textu, návaznost kapitol	X						
	jazyková a stylistická úroveň		X					
	estetická a grafická úprava textu, dodržení formálních náležitostí práce dle metodiky	X						
	samostatnost, aktivita a komunikace studenta s vedoucím BP při zpracování bakalářské práce		X					
Na základě elektronického testování na podobnosti s jinými dokumenty je možné bakalářskou práci označit za originální.		ANO						
Celkové hodnocení bakalářské práce		X						
Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě		ANO						

Stručné verbální hodnocení bakalářské práce (minimálně 500 znaků):

Bakalářská práce má standardní strukturu, vychází z metodiky sestavení BP na VŠERS. Teoretická část práce se zabývá vymezením teoretických pojmů z oblasti marketingové komunikace, sociálních médií a sociálních sítí. Důraz je kladen na sociální média, která jsou dále předmětem bakalářské práce. Autor při zpracování vychází z odborných zdrojů domácích i zahraničních autorů, pozitivně hodnotím práci s internetovými zdroji, které vhodně nahrazují relativní nedostatek literárních zdrojů o problematice sociálních sítí. Pro praktickou aplikaci je vybrána malá, mladá agentura ADP Production. Analýza marketingových činností agentury je provedena v dostatečné hloubce, s ohledem na segment zákazníků je kladen důraz na komunikaci prostřednictvím internetu, resp. sociálních sítí. Souhlasím s hodnocením, že stávající komunikace je transparentní z důvodu jejího zajišťování jednou osobou, a to přímo majitelem agentury. Pro další hodnocení komunikace firmy a stanovení komunikační strategie autor zpracoval marketingový výzkum. Výzkum vychází z plánu výzkumu. Předností výzkumu byla databáze 500 respondentů, kterým byl zaslán dotazník, návratnost cca třetiny dotazníků je pro výzkum uspokojivá. Závěrem je formulován profil typického zákazníka agentury. Šestá kapitola prezentuje návrhy na zlepšení marketingové komunikace agentury v oblasti jednotlivých typů sociálních sítí. V práci je v podstatě dodržena citační norma, práce je doplněna funkčními grafy a tabulkami. V práci se vyskytují drobné nepřesnosti při používání odborné terminologie.

Otázky k obhajobě:

1. Můžete vyjádřit finanční náročnost navrhovaných opatření.
2. Jak bude prováděna kontrola úspěšnosti marketingové komunikace.

Datum: 3. 7. 2017

Podpis vedoucího bakalářské práce:

Klasifikační stupnice VŠERS – platnost od akademického roku 2008/2009

Stupně	Číselné vyjádření	Slovní vyjádření Definice
A	1	VÝBORNÝ (excellent) vynikající výkon pouze s malými chybami
B	1,5	VELMI DOBRÝ (very good) nad průměrným standardem, ale s chybami
C	2	DOBRÝ (good) obecné vyznění práce s řadou zřetelných chyb
D	2,5	USPOKOJIVÝ (satisfactory) přijatelný, ale s významnými nedostatky
E	3	DOSTATEČNÝ (sufficient) výkon nad hranicí minima
F	-	NEÚSPĚŠNÝ (fail) je zapotřebí značné množství další práce