

## POSUDEK BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Autor/ka:** Zdeněk Zelenka

**Název práce:** Využití sociálních sítí jako marketingového nástroje pro B2C

### Hodnocení práce:

(hodnocení: 1 je výborný, ... , 4 je nevyhovující)

	1	1-	2	2-	3	4
1. <b>Náročnost tématu</b>			X			
2. <b>Volba vhodné metodiky zpracování</b>		X				
3. <b>Splnění cílů práce</b>		X				
4. <b>Odborný přínos autora/rky</b>		X				
5. Logický postup řešení		X				
6. Využití teoretických znalostí		X				
7. Návrh modelu řešení			X			
8. Sběr a předzpracování dat pro řešení		X				
9. Výstižný souhrn práce a vhodná klíč. sl.		X				
10. Průběžná citace použité literatury		X				
11. Formální úprava textu		X				
12. Formální úprava grafická (obrázky, ...)		X				
13. <b>Celkové hodnocení práce</b>		X				

### Další připomínky, vyjádření, doporučení nebo nedoporučení k obhajobě:

Cílem práce bylo porovnat základní charakteristiky vybraných sociálních sítí, ukázat jaké jsou jejich možnosti využití pro propagaci firemních webových stránek, zhodnotit efektivnost využívání sociálních sítí u vybraných podnikatelských subjektů a podat návrhy na zlepšení firemní propagace právě s využitím reklamních nástrojů nabízených sociálními sítěmi.

Autor splnil zadání bakalářské práce. V práci se postupně vyjádřil ke všem stěžejním bodům uvedeného obsahu práce. Z kapitol věnujících se zpracování statistických dat návštěvnosti firemních stránek i dotazníkového šetření lze říci, že se autor detailně seznámil s možnostmi analytických nástrojů i hodnocení efektivity využívání jednotlivých nástrojů sociálních sítí.

#### K práci mám pouze tyto připomínky:

Práci lze místy vyčíst drobné stylistické nedostatky, část věnovaná popisu marketingových nástrojů sociálních sítí mohla být obsáhlejší, ale tyto nedostatky neovlivňují celkové výsledky práce.

Práci **doporučuji k obhajobě** a hodnotím ji stupněm

**výborně mínus**