

## Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Gabriela Jeníčková  
Číslo studenta: E17654  
Název bakalářské práce: Využití sociálních sítí jako marketingového nástroje  
Cíl práce: Cílem práce je vymezit vhodné sociální sítě využitelné pro firemní praxi a vzájemná komparace nástrojů jednotlivých sociálních sítí a způsobů jejich využití jakožto marketingového nástroje. Součástí práce je návrh marketingové kampaně vybrané společnosti.  
Vedoucí práce: Ing. Renáta Bílková, Ph.D.  
Studijní program: B6028 Ekonomika a management  
Akademický rok: 2020/2021

### 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Identifikace záznamu:  
Agenda závěrečných prací

## Ostatní připomínky k práci

Autorka se ve své práci zaměřila na využití sociálních sítí jako jednoho z nástrojů online marketingu. Úvodní část byla zaměřena na základní charakteristiku internetového marketingu a zapojení jednotlivých nástrojů internetového marketingu v rámci komunikačního modelu STDC. V další části se autorka zaměřila na základní typologii sociálních sítí a výběr sociálních sítí vhodných pro firemní marketingovou komunikaci.

Závěrečná případová studie shrnuje na příkladu fiktivní společnosti Cyklo Bohemia využití sociálních sítí v rámci své marketingové kampaně v jednotlivých fázích komunikačního modelu STDC. Autorka zde sice správně rozdělila cílové publikum dle nákupní fáze zákazníka, nicméně chybí definice základního segmentu zákazníků firmy, jeho nákupních zvyklostí a chování na internetu a sociálních sítích. Bez této segmentace není jasné, jakým způsobem autorka dospěla k návrhu vhodných sociálních sítí, stylu a frekvence jednotlivých reklamních sdělení.

## Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Bakalářská práce byla posouzena v systému Theses, výsledek posouzení – NENÍ plagiát. Nejvyšší míra podobnosti je 0 % a počet podobných dokumentů je 0.

## Otázky a náměty k obhajobě

1. V rámci obhajoby doporučuji specifikovat základní segment klientely společnosti Cyklo Bohemia z hlediska obsahové sítě Internetu.
2. Jakým způsobem doporučujete hodnotit úspěšnost dosažených cílů jednotlivých fází, jaké jsou doporučované hodnotící indikátory?

## Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

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

V Pardubicích 14.10.2021

Podpis .....