



POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno studenta: Vladimír Horák

Název práce: Online public relations významných českých firem.

Autor posudku: doc. Ing. Hana Mohelská, Ph.D.

Cíl práce: Analýza marketingové komunikace významných českých firem žebříčku Czech Top 100.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

6 % shoda – nevýznamná shoda.

Dílní připomínky a náměty:

Nejsou.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Autor zkoumal aktuální téma. Práce se zabývá problematikou online public relations v rámci sociálních sítí, kde je zkoumán způsob a míra využití těchto platforem pro firemní prezentaci, jakožto jedné ze složek marketingového a komunikačního mixu společnosti. Postupně jsou analyzovány jednotlivé profily, příspěvky (včetně obsahu) a vybrané části webové prezentace. V práci je popsán marketingový přístup k online public relations, vývoj a historie sociálních sítí, včetně možností a nástrojů, které jsou nabízeny pro firmy. Největší míra pozornosti je pak věnována sociální platformě Facebook. V aplikační výzkumné části je nejprve zjišťována míra využívání jednotlivých sociálních sítí společnostmi z žebříčku CZECH TOP 100. Následně jsou pomocí obsahové analýzy

rozebírány jednotlivé části profilů, jejich veřejné části a sdílený obsah. Zkoumána jsou zároveň i samotná sdělení. Výstupem této části práce je zjištění, jakým způsobem firmy toto médium využívají. Zároveň je v práci reflektována zpětná vazba od firem v podobě dotazníkového šetření. Přínosem práce je vytvoření podkladu pro vypracování dalších podrobnějších analýz a možné využití správci profilů jako dodatečný materiál pro plánování propagačních činností.

Autor ve své práci pracoval systematicky, správně interpretoval získané výsledky s ohledem na teoretické poznatky k dané problematice. Pracoval samostatně, se zájmem o vybrané téma. Zvolené metody a způsob jejich použití jsou adekvátní.

Na základě výše uvedeného lze konstatovat, že cíl práce je naplněný, práce je v souladu s Výnosem č. 1/2000 ve znění pozdějších úprav ze dne 12. 1. 2011.

Otázky k obhajobě:

Myslíte si, že využívání sociálních sítí a nástrojů, které tyto sítě poskytují, podporuje ve firemní sféře teorii IMC? Pokud ano, v jakých fázích může být prospěšná?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: A

V Hradci Králové, dne 17. května 2018

podpis