

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK Oponenta ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Marketingová komunikační kampaň na sociálních sítích společnosti COEX, s.r.o.

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Pažoutová Markéta

Oponent práce: Dr. Mgr. Jiří Boháček

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	X
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	X
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	X
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využitě pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využitě	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	X
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	X
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Pečlivě a podrobně zpracované rozborů a analýzy a využití celé škály výzkumných metod dávají solidní základ pro dosažení hlavního cíle práce, tedy návrhu komunikační kampaně na sociálních sítích pro vybranou společnost. Práce je poměrně obsáhlá, disponuje velkým množstvím zdrojů jak v teoretické, tak především v praktické části. Zdroje jsou správně používány, odkazovány, práce je dobře, přehledně strukturovaná a vede k cíli. Doporučení, tedy návrh kampaně vyplývá ze zjištění, jsou konkrétní, propracovaná, obsahují plán kampaně, její cíle, určení cílové skupiny, kalkulaci nákladů, metody měření výkonnosti i návrhy vizuálů a jsou tedy firmou využitelná. Výtky: V tabulce Souhrn by bylo vhodnější uvádět pouze přehledně hlavní výsledky a doporučení, aby nepřesahovala jednu stranu. Detailní text je součástí příslušných částí práce. V průběhu práce například v metodice by se neměly uvádět cíle jednotlivých částí práce. Některé podkapitoly třetího řádu jsou velmi krátké, například dva odstavce. Při nízkých počtech respondentů je vhodnější používat kvalitativní výzkum, což především platí pro pět firemních zákazníků.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jak doporučení přijalo vedení firmy, případně které z návrhů již byly implementovány?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jsou již změřeny některé výsledky kampaně nebo se již měření připravuje?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 20.05.2024

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz