



## POSUDEK VEDOUcíHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Petr Hofman

**Název práce:** Sociální CRM

**Autor posudku:** Pavel Bachmann

**Cíl práce:** Zjistit, jakým způsobem významné technologické evropské firmy utváří vztah se zákazníkem na sociálních sítích.

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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Výsledek kontroly ukázal 1 % shodu s jinými díly. Podobnosti zjištěné antiplagiátorským softwarem byly řádně ocitovány.

### Dílčí připomínky a náměty:

Práce Bc. Petra Hofmana se zaměřuje na vytváření vztahu se zákazníkem na sociálních sítích, konkrétně významných evropských technologických firem. Práce je zpracována v rozsahu 71 stran a využívá 41 zdrojů, včetně cizojazyčných.

Naplnění cíle práce – zjistit, jak firmy utvářejí vztah se zákazníkem na sociálních sítích – je realizováno prostřednictvím 12 výzkumných otázek zařazených do tří oblastí: rozdílů mezi sociálními sítěmi, vztahy mezi sentimentem a zaujetím a rozdíly mezi jednotlivými firmami. V tomto ohledu by bylo vhodnější vymezit otázky přesněji.

Teoretická rešerše zahrnuje vymezení CRM, sociálního CRM a sociálních sítí. Úroveň zpracování je dobrá, nicméně rozsah a množství témat mohl být širší.

Praktická část se metodicky opírá o obsahovou analýzu, která je relativně rozsáhlá. Celkem autor zpracoval 2793 postů na síti Twitter a 637 postů na síti Facebook. Každá z výzkumných otázek je zároveň statisticky testována.

Formálně je práce na dostatečné úrovni, stylistika je v některých případech, zejména v části výsledků a diskuse, kostrbatá.

### **Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:**

Autor prokázal dostatečnou schopnost zpracovat zadané téma, specificky pak schopnost získat potřebná data, zpracovat je, prezentovat a interpretovat. Práci doporučuji k obhajobě.

### **Otázky k obhajobě:**

1. Jaké obecné principy pro udržení vztahu mezi zákazníkem a firmou je možné formulovat na základě Vámi provedené analýzy?
2. Které Vámi zjištěné poznatky lze považovat za překvapivé nebo neodpovídající současné teorii?

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Navržená výsledná známka: B**

**V Hořicích, dne 26. května 2020**

---

**podpis**