

POSUDEK Oponenta ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Strategie online marketingu na sociálních sítích pro "Apartmány U Lesa"

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Menšíková Denisa

Oponent práce: Ing. Lenka Anna Moravec

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	
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využitě, 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	

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

Další hodnocení:

Téma diplomové práce je zaměřeno na strategii online marketingu na sociálních sítích pro "Apartmány U Lesa". Konkrétně je cílem práce vytvořit komplexní strategii on-line marketingu zaměřenou na sociální síť, a to Instagram, Facebook a TikTok pro ubytování "Apartmány U Lesa" na Dolní Moravě. Cíl práce je zvolen dobře a je v rámci diplomové práce splnitelný. Zvolené téma je aktuální. Teoretická část práce se zabývá online marketingovou strategií a komunikací, která je dobře zpracována. Je čerpáno z dostatečného počtu kvalitních a aktuálních zdrojů odborné literatury nebo internetových zdrojů. Metodika práce je popsána v samostatné kapitole jasně a srozumitelně. Praktická část je zaměřena nejprve na situační a základní SWOT analýzu, definování klíčové cílové skupiny, on-line komunikaci a porovnání konkurentů. K dalšímu sběru potřebných informací autorka zvolila dotazníkové šetření zaměřené na sociální síť, specificky profil "Apartmány U Lesa". Získaná data autorka poskytla cenná data, která jsou klíčová pro vytváření efektivní on-line marketingové strategie. Při analýze webových stránek vybrané společnosti autorka správně uvedla důležité nedostatky, které je nutné odstranit nebo upravit, aby došlo ke zlepšení on-line prodeje. Analýzy jsou provedeny kvalitně a detailně. Autorka postupovala strukturovaně, získaná data a informace velmi dobře propojovala a závěry opírala o data z teoretické části. Uvedené návrhy a doporučení jsou logická, realizovatelná a mohou mít pozitivní dopad na komunikaci vybrané společnosti. Celá práce je systematicky, logicky a kvalitně zpracovaná. Na zpracování je vidět zájem autorky o dané téma.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Byla daná strategie již spuštěna? Pokud ano, jaké jsou první výsledky?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jsou některá doporučení ve strategii pro "Apartmány U Lesa" momentálně nerealizovatelná, a to z důvodu finanční nebo časové náročnosti, kapacit?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Datum: 01.06.2024

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz