

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Optimalizace reklamy a marketingové komunikace na sociálních sítích společnosti ElectroWorld

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Alshinbaev Timur

Oponent práce: Ing. Kamila Tišlerová, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	X
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 využité, organicky zapracované	X
	Využitě pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
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

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:

Autor chce optimalizovat marketingovou komunikaci dané společnosti na sociálních sítích, nicméně ne všechno jeho šetření vede spolehlivě k dosažení takto zvoleného cíle. V teoretické části jsou sice sociální sítě popsány, nicméně spíše kompilačním způsobem z populární literatury, než se zaměřením na jejich výkonnost či vhodnost pro určitý druh komunikace. V daném šetření je zkoumána i spousta obecných záležitostí, které by jistě bylo relevantnější převzít ze sekundárních zdrojů, než je odvozovat na vzorku 64 respondentů (např. vztah uživatelů internetu k sociálním sítím, atp). Nicméně autor prokázal zapálenost a fundovanost v dané problematice.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Navrhujete rozšíření marketingové komunikace na Instagramu. Jaké marketingové cíle by podle vás tato komunikace byla schopná plnit?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Které marketingové aktivity konkurenčních společností byste doporučoval zavést/posílit ve zkoumané společnosti a proč?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Máte zmapované, jaká reálná očekávání lze vznášet na sociální sítě?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Klasifikace	výborně	
	velmi dobře	X
	dobře	
	nevyhovující	

Datum: 24.05.2019

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz