

POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Strategie online marketingu na sociálních sítích pro organizaci Love & Story Design

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Davoineová Veronika

Vedoucí práce: Doc. Ing. Jan Koudelka, CSc.

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	X
	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
	Využité 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	

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

Další hodnocení:

Předložená práce odpovídajícím způsobem rozvíjí zvolené standardní Zadaní tématu zaměřeného na zapojení sociálních sítí z hlediska společnosti se svěžím podnikatelským zaměřením (designové papírnictví). Teoreticko-metodologická část v rozumné míře naplňuje Zadáním předepsané subkapitoly, nejprve účelně představuje hlavní nástroje online marketingu a sociální sítě s podstatnou subkapitolou o zapojení influencerů, což předznamenává obsah další subkapitoly, věnované marketingové komunikaci v prostředí sociálních sítí - zaznívá zde vhodný poukaz nejen na výhody, ale i nevýhody jejich zapojení. V pasáži o měření efektivity této oblasti komunikace jsou postiženy jejich hlavní metriky, což je účelně rozvinuto do zvážení možných nástrojů. Subkapitola o marketingové komunikační strategii již přímo postihuje její specifika v případě sociálních sítí. Příhodná je pasáž o typech online marketingových strategií. V metodice práce jsou pěkně shrnuty výsledky takto zaměřených výzkumných studií a účelně navozují přechod k praktické části. Praktickou část logicky otevírá výstižné seznámení se sledovanou společností, účelně je do seznámení zahrnut i pohled na podobu uplatňované STP strategie. Potřebné informace o obratu, počtu zákazníků resp. počtu objednávek jsou šikovně uvedeny později v rámci situační analýzy. Při odpovídající a účelné analýze konkurence je nabídnut i pohled na sortimentní strukturu a podstatná data z web analytiky. Podstatné pro splnění cílů práce je dotazníkové šetření na solidním vzorku odpovídající cílové skupiny, jehož výsledky jsou v textu vhodně uplatněny podle relevance na několika místech i např. v pasáži o konkurenci. Rozumně je pojata analýza makro prostředí, posuzována podle relevance pro L&S design. Soustředěné a důkladně je rozpracován analytický vhled do dosavadní online strategie. Pro její vyhodnocení je využito výše zmíněné dotazníkové šetření s promyšleně navrženým dotazníkem. Výsledky jsou vyhodnoceny záslužně nejen frekvenční analýzou, ale i úplným profilováním. V souvislosti s výzkumem byly vymezeny užitečné výzkumné otázky, u dvou z nich byly připojeny i následně statisticky otestované hypotézy. Z předchozích poznatků je odvozena přemýšlivě hodnocená SWOT analýza. O ni se opírající návrh vlastního strategického postupu je předložen v pasáži věnované doporučením. Vhodně se odvíjejí od cílové skupiny a jsou účelně směřovány jednotlivě k hlavním sociálním sítím.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Do jaké míry se nevýhody sociálních sítí projevily v dosavadních zkušenosti design papírnictví Love and design? Jak dalece se poznatky o nevýhodách promítly do v návrhů?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Navrhuje autorka zapojit další - jiné influenciery?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Mělo by smysl zvážit jiné postižení cílové skupiny, než jen podle věku?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 30.05.2024

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz