

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

## 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.

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

Národní 2600/9a, 158 00 Praha 5

<b>Vlastní přínos práce</b>	Formulace původních závěrů	<b>X</b>
	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 Zadaním 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 influencersy?

## **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, A.S.**

info@vsem.cz, www.vsem.cz

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

<b>Výsledné hodnocení</b>	doporučuji k obhajobě	<b>X</b>
	nedoporučuji k obhajobě	

**Datum: 30.05.2024**

\_\_\_\_\_  
**Podpis vedoucího práce**

**VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.**

info@vsem.cz, www.vsem.cz