



## POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Michal Voldán

**Název práce:** Digitální marketing firem (On-line komunikace malých firem na sociální síti Facebook)

**Autor posudku:** Pavel Bachmann

**Cíl práce:** Poznat způsob zákaznické komunikace vybraných mikrofirem na Facebooku

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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Softwarem zjištěná podobnost je 2 %, nicméně vymezené podobnosti byly ověřeny a práce nevykazuje žádné známky plagiátu.

### Dílčí připomínky a náměty:

Předložená bakalářská práce Michala Voldána je zaměřena na komunikaci mikrofirem na sociální síti Facebook. Práce je zpracována v rozsahu 91 stran (včetně příloh).

Přestože je rozsah teoretické a praktické části nevyvážený – výrazně převažuje část praktická – tak zpracování teoretických východisek je dle mého názoru dostatečné. Více pozornosti přitom autor v teorii věnuje samotné sociální síti a možnostem jejího marketingového využití než srovnání tradičních přístupů využívaných v marketingové komunikaci.

V praktické části si autor klade dvě základní výzkumné otázky sledující (1) kvalitativní charakter komunikace a (2) kvantitativní charakter komunikace vybraných mikrofirem. Každá ze zvolených otázek pak má své dílčí podotázky.

Při prezentaci výsledků autor zvolil podrobný a relativně přehledný popis komunikace každé z vybraných firem, nicméně syntéza výsledků již tak přehledná a srozumitelná není. Zejména u druhé otázky zabývající se kvantitativním charakterem komunikace není občas zřejmé, co má autor na mysli. Například v tabulkách 13-17 volí autor relativní vyjádření, nicméně to je v dané situaci spíše matoucí. Bohužel autor uvádí také výsledky, které jsou očekávatelné a nemají pro dané mikrofirmy praktický význam (například „nejčastějším typem interakce je „To se mi líbí““, či „uživatelé nejčastěji reagují pomocí reakce“.

Formálně práce trpí nevhodnou stylistikou a dlouhými větami.

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

Přes zmíněné nedostatky konstatuji, že autor prokázal schopnost zpracovat zadané téma. Práce je v určitých ohledech originální a má praktický přínos. Práci doporučuji k obhajobě.

#### **Otázky k obhajobě:**

1. Jaký způsob komunikace mikrofirem se podle Vás osvědčil? Uvedte alespoň dva příklady.
2. Považujete komunikaci na Facebooku spíše za podporu podnikání nebo může být tato platforma pro mikrofirmy přímo základem podnikání?

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Navržená výsledná známka: D**

**V Hradci Králové, dne 13. prosince 2021**

---

**podpis**