



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Voldán Michal
Název práce: Digitální marketing firem
Autor posudku: dr. Ing. Vítězslav Hálek, MBA. Ph.D.
Cíl práce: Analyzovat současnou situaci digitálního marketingu významných českých firem.

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

Anti-plagiátorským systémem v případě posouzení uvedené práce vykázal 2% shodu. Při znalosti detailů o podobnostech v práci lze konstatovat, že práce je zcela v souladu s pravidly pro zpracování vysokoškolských kvalifikačních prací a použité texty jsou řádně citovány.

Díličí připomínky a náměty:

Teoretická část představuje nakupení citací odborné literatury s minimálním přínosem studenta, který by měl vytvořit z teoretické části ucelený výklad. Zpracovaný teoretický text vykazuje roztříštěnost způsobenou citováním mnoha autorů při nedostatečné vlastní osnově toho, co má být textem vysvětleno. Rozsah zpracovaných marketingových témat je značně omezený a zejména chybí zdůraznění souvislostí.

V souvislosti s tím je třeba zmínit i použitou nízkou terminologickou i jazykovou úroveň vlastních textů autora, která značně odlišuje vlastní texty od citací.

Jako zásadní formální nedostatek závěrečné práce hodnotím absenci čísel stran.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Teoretická část práce je pojata v základním rozsahu, které postrádá širší zapojení do marketingových souvislostí. Ani výrazné množství citací nezlepšuje celkově nižší vypovídací schopnost textů spojených autorem. Tato část v závěru volně přechází do studentova popisu nejznámějších sociálních sítí s výraznějším prostorem věnovaným Facebooku.

Praktická aplikace představuje zpracování výsledků subjektivního vyhodnocení výzkumných otázek na vzorku 5 minimalistických firem. Vstupní data představovaly příspěvky a komunikace zkoumaných firem právě na Facebooku. Student předem definoval zkoumané proměnné. Výsledkem je zhodnocení úrovně jednotlivých firemních profilů zkoumaných firem. Ve vztahu k definovaným výzkumným otázkám student zpracoval zdroje dostačující pro podání odpovědí. Zásadním nedostatkem je minimální či zcela nulová využitelnost zjištění z marketingového pohledu. Závěrečné zhodnocení je bezobsažné.

Studentem definovaný cíl práce byl přesto naplněn.

Otázky k obhajobě:

1. V čem spočívá reálný marketingový přínos komunikace na firemních profilech u jednotlivých posuzovaných firem?
2. Jaké jsou ekonomické dopady této formy komunikace z pohledu nákladů a výnosů? Co představuje nákladovou a co výnosovou složku výsledku?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: C

V Hradci Králové, dne 21. prosince 2021

podpis