



## POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Jan Rysula

**Název práce:** Propagace drobné firmy na sociálních sítích

**Autor posudku:** Pavel Bachmann

**Cíl práce:** Zhodnotit možnosti firemní propagace drobné firmy na sociálních sítích

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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 1 %, vymezené podobnosti byly ověřeny a práce nevykazuje známky plagiátu.

### Dílčí připomínky a náměty:

Předložená diplomová práce Jana Rysuly zaměřená na firemní propagaci na sociálních sítích je zpracována v rozsahu 78 stran (včetně příloh).

Teoretická rešerše je zpracována v rozsahu 37 stran. Autor využívá relativně vysoké množství literárních zdrojů, včetně vědeckých časopisů. Rešeršní práci lze považovat za systematickou, nicméně by ji prospělo přesnější citování v textu tak, aby bylo možné jednoznačně konkrétní text přiřadit ke zdroji.

Praktická část se následně věnuje analýze efektivnosti využívání jednotlivých marketingových kanálů, konkrétně identifikuje nejvhodnější kanál a měří návratnost

nákladů vložených na komunikaci prostřednictvím jednotlivých marketingových nástrojů. Analýza je provedena detailně, přínosem by však byla lepší přehlednost a konzistence představení této analýzy. Zároveň bych za vhodné považoval také zjištění efektivnosti při použití odlišných obsahových strategií.

Při hodnocení jednotlivých nástrojů (organický dosah, placený dosah, soutěž, influencerka) je diskutabilní provádět jejich srovnávání. Vždy totiž závisí i na konkrétním obsahu doprovodné komunikace a celkovém vyznění daného příspěvku. Zároveň nepovažuji za vhodné využívat „influencerku“ jejíž dosah je 5000 fanoušků, jelikož dle mého názoru se jedná o zanedbatelný počet. Za nejasný a zkreslený považuji způsob měření ekonomické návratnosti investic do správy sociálních sítí.

Formálně by práci prospěla lepší návaznost jednotlivých kapitol, přesnější terminologie či přesnější práce s daty (například na s. 47 autor upozorňuje na převažující zastoupení mužů mezi uživateli Facebooku, což je však celosvětový údaj, v ČR je poměr opačný).

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

Přes zmíněné nedostatky konstatuji, že autor prokázal schopnost zpracovat zadané téma. Předložená práce má praktický přínos pro rozvoj firemní komunikace na sociálních sítích. Práci doporučuji k obhajobě.

#### **Otázky k obhajobě:**

1. Vysvětlíte, jak jste měřil ekonomickou návratnost nákladů vynaložených na správu firemní sociální sítě?
2. Jak byste charakterizoval efektivní obsahovou komunikaci firemní facebookové stránky na příkladu Vaší vybrané firmy?

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Navržená výsledná známka: D**

**V Hradci Králové, dne 23. května 2022**

---

**podpis**