

POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Využitie sociálnych sietí pre marketing podniku

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Ivanová Sofia

Vedoucí práce: Ing. Olga Kutnohorská, Ph.D.

| | | |
|---|---|----------|
| Práce splňuje zadání | Ano | X |
| | Ne | |
| Aktuálnost tématu | Velmi aktuální | |
| | Aktuální | X |
| | Nadčasové-neutrální | |
| | Neaktuální | |
| Náročnost tématu | Náročné teoreticky i metodologicky | X |
| | Teoreticky náročné | |
| | Metodologicky náročné | |
| | Relativně jednoduché | |
| Struktura práce | Úplná, logická | X |
| | Úplná, logicky špatně koncipovaná | |
| | Neúplná, logická | |
| | Neúplná, logicky špatně koncipovaná | |
| Literatura a práce s ní | Originální prameny | |
| | 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 | |

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

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

Další hodnocení:

Bakalářská práce se zabývá analýzou ukazatelů výkonnosti vybraných kosmetických značek na Instagramu. Teoretická část se soustředí na marketingovou komunikaci, velmi dobře je zpracována pasáž věnovaná online marketingu. Autorka čerpá z aktuálních zdrojů, teoretická část poskytuje kvalitní zázemí pro část praktickou. Praktická část začíná představením vybraných kosmetických značek, následuje rozbor základních údajů o jejich marketingových aktivitách na internetu a sociálních sítích. Prostřednictvím dotazníku jsou aktivity hodnoceny i respondenty z řad stávajících i potenciálních zákazníků. Závěrem jsou vyslovena doporučení pro ideální prezentaci značek na Instagramu. Každý z návrhů má oporu v předchozím textu, je propracován do značných podrobností. Práce je doplněna řadou relevantních příloh, které tvoří její integrální součást. Oceňuji aktivní a pečlivý přístup autorky ke zpracování bakalářské práce a práci doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jednou z Vámi identifikovaných chyb při prezentaci na Instagramu u prakticky všech analyzovaných značek je příliš nízká frekvence zveřejňování příspěvků. Záleží podle Vás více na frekvenci nebo na obsahu a formě příspěvku?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jaký máte názor na spolupráci kosmetických značek s influencery? Do jaké míry záleží úspěch influencer marketingu na cílové skupině dané značky?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

| | | |
|--------------------|-------------------------|---|
| Výsledné hodnocení | doporučuji k obhajobě | X |
| | nedoporučuji k obhajobě | |

Datum: 10.10.2023

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz