

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK Oponenta ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Analýza digitální marketingové komunikace crowdfundingové společnosti

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Petrášová Kateřina

Oponent práce: Ing. Kamila Tišlerová, 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	X
	Aktuální prameny	
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využitě 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, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

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:

Autorka hodnotí on-line komunikaci vybrané společnosti. Z metodiky vyplývá, že se soustředí především na to, co jí řeknou představitelé společnosti či investoři a de facto jejich názory pouze tlumočí. Doslova uvádí: "Ke každému využívanému kanálu společnosti bude na základě vyhodnocení rozhovorů a marketingové zkušenosti napsáno doporučení..." BP by měla být vystavena na objektivnějších zdrojích. I když je z výše uvedeného pohledu přínos autorky pro společnost trochu sporný, lze ocenit provedené analýzy a hloubku zpracování. Práci doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Uměla byste nějak exaktněji vyhodnotit výsledky placené reklamy? Uvádíte totiž "Dále se práce zaměřila na hodnocení online placené reklamy. I zde lze říci, že marketing společnosti Zainvestuj.to odvádí dobrou práci"

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Zjistila jste, že "nikdo z dotazovaných nespátřuje interval zasílání newsletterů za dostatečný". Jaký tedy navrhuje interval a proč? (nezaznamenala jsem to v práci)

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Který svůj návrh považujete za nejhodnotnější a proč?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 09.09.2022

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz