



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Lucie Prouzová

Název práce: Marketingová komunikace inovací nadnárodních bankovních společností

Autor posudku: Ing. Jakub Lisa

Cíl práce: Charakterizovat komunikaci inovací vybraných nadnárodních firem na sociální síti Facebook

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Anti-plagiátorský systém kontroly vykázal 16 % shodu. Při detailním přezkoumání bakalářské práce a se znalostí detailů o podobnostech v textu, lze konstatovat, že práce je řádně opatřena citacemi. Zejména se jedná o odbornou literaturou s odkazem na marketing nebo bankovní produkty a používané termíny.

Díličí připomínky a náměty:

Autorka se zaměřila na téma marketingové komunikace 32 nadnárodních bank na sociální síti Facebook. Metodicky byly vybrány největší celosvětové banky, a to na základě výše celkových aktiv podle časopisu Forbes, přičemž rozdíl hodnoty celkových aktiv mezi 1. a 32. bankou je více jak desetinásobný. Po formální stránce je práce vyhovující.

Teoretická část je zaměřena na danou problematiku. V teoretické části autorka popisuje zejména marketingové nástroje a bankovní produkty. V rámci praktické části autorka definovala celkem čtyři výzkumné otázky, které se týkají inovací a komunikací bank na sociální síti Facebook (jinou sociální síť autorka neanalyzovala). Autorka popisuje výzkumné metody. Data byla sesbírána přímo přes sociální síť Facebook. Detailně vyhodnocuje získaná data. Na všechny výzkumné otázky autorka odpověděla. Námět na další práci může být např. rozšíření o další sociální síť nebo vyhodnocení, zda v každé zemi, kde zmíněná banka poskytuje služby, sociální síť Facebook u uživatelů převládá.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Teoretická část práce je vymezena a popsána v rozsahu umožňujícím aplikovat na praktickou část. Jsou odborně popsány a dostatečně vysvětleny odborné termíny. Praktická část je zaměřena na analýzu marketingové komunikace na sociální síti Facebook, konkrétně na 32 největších celosvětových bank. Výsledky jsou promítnuty do přehledné formy. Autorka zvládá pracovat s odbornou literaturou. Zvládá sestavit výzkumné otázky a následně na ně adekvátně odpovědět. Umí pracovat s nasbíranými daty. Jazyková a terminologická úroveň, i přes drobné nedostatky, odpovídá kvalitě bakalářské práce. Studentka naplnila zvolené výzkumné otázky. Závěry jsou z práce zřejmé vč. doplňujícího komentáře a vymezení limitujících faktorů v rámci výzkumu.

Otázky k obhajobě:

1/ Jaký podíl facebookové komunikace u analyzovaných bank převažoval – zda komerční placená reklama nebo standardní bezplatné příspěvky?

2/ Jsou analyzované příspěvky v letech 2018 až 2022 zaměřené spíše na B2B (firma firmě) nebo B2C (firma spotřebiteli) klientelu?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: B

V Hradci Králové, dne 27. srpna 2023


podpis