

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Public relations v prostředí sociálních sítí

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Ondráková Eliška

Oponent práce: Ing. Aleš Marek, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	X
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	X
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	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	
	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	
	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:

Jedná se o zajímavou práci na téma aktivace PR a nízkonákladového marketingu malé prodejny. Cíl je stanoven a v závěru práce naplněn. Teoretická práce obstojně mapuje problematiku, v praktické části autorka popisuje obchod a navrhuje jednotlivá zlepšení jeho aktivit na poli PR a sociálních sítí. Citace a zdrojování jsou v pořádku. Slabinou jsou některé závěry, např. když autorka tvrdí, že na základě rozhovorů se zákazníci doporučuje u Google AdWords to a ono, ale v praxi by bylo asi účelnější podívat se na již existující výzkumy a nikoli opírat se o rozhovor na 20 respondentech. V metodické části práce to však autorka správně přiznává, takže to nepovažuji za závažné pochybení. Další věcí, která je matoucí je fakt, že v kap. 4.5 autorka komentuje, jaké body majitel již realizoval, ale tyto body uvádí až v závěru, takže v momentě čtení nelze zjistit, o jakých doporučeních píše. Celkově je práce logická, čtivá a doporučení jsou zajímavá, praktická a realizovatelná. Hodnotím výborně.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jaký vliv na obrat mělo zastavení inzerce v AdWords?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jaký je podle vašeho názoru nejdelší možný výpadek webových stránek při jejich přestavbě? Proč majitel vypnul současný web a jaký toto mělo dopad na jeho business?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

V práci nezmiňujete inzerce v katalogu firmy.cz ani inzerce v sklik.cz. Co si o těchto dvou komunikačních kanálech myslíte a proč jste je nedoporučila?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Klasifikace	výborně	X
	velmi dobře	
	dobře	
	nevyhovující	

Datum: 07.01.2015

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, O.P.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz