

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Návrh marketingové kampaně na sociálních sítích pro společnost Toyota v České Republice

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Pánková Barbora

Oponent práce: Ing. Monika Březinová, Ph.D.

| | | |
|---|---|----------|
| Práce splňuje zadání | Ano | X |
| | Ne | |
| Aktuálnost tématu | Velmi aktuální | |
| | Aktuální | X |
| | 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 | |
| | Aktuální prameny | X |
| | Zastaralé prameny | |
| | Aktivně využitě, organicky zapracované | |
| | Využitě pasivně, věcně správně citované | |
| | Nedostatečně využitě | |
| 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:

Práce se zaměřuje na aktuální téma, má logickou strukturu a pracuje s dostatečným počtem aktuálních zdrojů. Cíl práce je naplněn. Práce je dělena na dvě části, první teoretická se formou literární rešerše zaměřuje na marketingovou komunikaci, komunikace na sociálních sítích a další související oblasti. Metodika je v souladu s požadavky, nicméně bych v příštích pracích doporučila pečlivější formulaci výzkumných otázek. Dále práce charakterizuje firmu Toyota a popisuje její aktuální komunikační mix, který zároveň komparuje se konkurenty. Doporučení vycházejí z provedeného on-line výzkumu, ve kterém bylo získáno dostatečné množství odpovědí. Finanční náročnost navrhovaných doporučení není dostatečně specifikována. Práce obsahuje překlepy a některé formulace nejsou v pořádku, například: „Na výzkumnou otázku první je možné odpovědět...“ Správně: „Na první výzkumnou otázku je možné odpovědět...“ Práci hodnotím jako dobrou a doporučuji ji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Čím si vysvětlujete výrazně nižší počet sledujících na sociálních sítích u firmy Toyota oproti jejím sledovaným konkurentům?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

V textu uvádíte: Na výzkumnou otázku první je možné odpovědět, že firma využívá kromě sociální sítě Twitter shodné sociální sítě, které využívá i konkurence. Využívá tedy většinu vhodných sociálních sítí. Posuzujete tedy vhodnost zvolených sociálních sítí dle konkurence. Jaké jiné parametry lze využít pro posouzení vhodnosti?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

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

Datum: 13.05.2023

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz