

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

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 využité, organicky zapracované	
	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	
	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

Národní 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 překlady 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