

POSUDEK Oponenta ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Využití sociálních sítí pro marketingovou komunikaci CiS systems s.r.o.

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Čápová Lucie

Oponent práce: Ing. Monika Ryšavá

| | | |
|---|---|----------|
| 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 | X |
| | Využité pasivně, věcně správně citované | |
| | Nedostatečně využité | |
| Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy) | Optimální množství | |
| | Postačující množství | |
| | Příliš četné na úkor textu | |
| | Nedostatečné | X |
| | 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 | |
| | Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů | X |
| | Chybí formulace vlastních závěrů | |

Další hodnocení:

Autorka bakalářské práce na základě literární rešerše informací v rámci teoreticko-metodologické části, rozhovorů s vedoucími pracovníky, analýze profilů na sociálních sítích a následném benchmarkingu s dalšími dvěma relevantními konkurenčními firmami navrhla vybrané společnosti návrhy a doporučení pro marketingovou komunikaci na sociálních sítích zaměřenou na HR marketing. V rámci výzkumu vhodně zvolila rozhovor jak marketingového pracovníka, tak personalisty, kdy pak obě tyto zjištění propojila a mohla tak navrhnout odborná doporučení použití sociálních sítí pro HR marketing jako spojení marketingu a personalistiky včetně vhodného použití vizuální identity společnosti. BP vykazuje formální drobné chyby.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jak je z vašeho pohledu důležitá strategie CRM a jak vidíte jeho budoucí využití na sociálních sítích pro HR (personální) marketing ?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jak se stavíte k využití sítě Tik Tok pro HR (personální) marketing a proč ?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Jakou vidíte u společnosti CiS přednost vůči konkurenci, kterou by firma mohla komunikovat jako svou konkurenční výhodu pro získání zaměstnanců ?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

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

Datum: 14.05.2024

Podpis oponenta práce