

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Národní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

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

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Čápková Lucie

Vedoucí práce: Ing. Chocholáč Jan, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	X
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	X
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
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	X
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	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	X
	Vhodné doplnění textu	X
	Formální bez užších vazeb na text	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

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:

Předložená bakalářská práce Lucie Čáповé se zabývá problematikou využití sociálních sítí pro marketingovou komunikaci, což je v současné době velmi aktuální téma pro mnoho organizací. Bakalářská práce je vyústěním dlouhodobějšího pracovního působení studentky ve zkoumané organizaci, což se projevilo ve vysoké kvalitě zpracování daného tématu. Studentka si stanovila cíl bakalářské práce následovně: „Cílem bakalářské práce je, na základě výsledků analýzy současného stavu, navrhnout opatření ke zlepšení využití sociálních sítí pro marketingovou komunikaci CiS systems s.r.o.“, přičemž je možné konstatovat, že cíl práce byl jednoznačně splněn. Studentka ve druhé kapitole bakalářské práce vymezila zkoumanou problematiku se zaměřením na online marketing, sociální sítě, marketingovou komunikaci na sociálních sítích, marketingovou strategii a personální marketing, čímž položila adekvátní teoretický základ pro další kapitoly bakalářské práce. V rámci třetí kapitoly studentka analyzovala firemní identitu dané organizace v kontextu marketingové komunikace, marketingovou komunikaci zkoumané společnosti a relevantních konkurentů na sociálních sítích s využitím metody analýzy, benchmarkingu a strukturovaného rozhovoru, přičemž výsledky analýzy využila pro návrh doporučení ke zlepšení využití sociálních sítí pro marketingovou komunikaci CiS systems s.r.o. Velmi pozitivně hodnotím studentčinu erudici v oblasti zpracovávaného tématu, komplexnost zpracované analýzy stávajícího stavu, návrhy grafických vizuálů a mnoho použitých literárních zdrojů. Za stěžejní považuji zejména analytickou a praktickou část bakalářské práce. Návrhy a doporučení, prezentované v bakalářské práci, jsou implementovatelné v praxi. Studentka byla po celou dobu zpracování bakalářské práce velmi iniciativní, kreativní, proaktivní, pečlivá, svědomitá a samostatná. Bakalářská práce je úplná, obsahově logicky provázaná, velmi dobře strukturovaná a obsahuje mnoho obrázků, tabulek a příloh, které velmi vhodně dokreslují řešenou problematiku. I přes veškerý respekt a maximální úctu k Pedagogické komisi VŠEM bych si dovilil konstatovat, že předložená bakalářská práce zcela jednoznačně splňuje zadání. Na druhé straně je však pravdou, že bakalářská práce obsahuje drobné formální nedostatky, které by však v žádném případě neměly při hodnocení obhajoby bakalářské práce převážet nad kvalitním obsahem předložené závěrečné kvalifikační práce. Předloženou bakalářskou práci doporučuji k obhajobě, protože studentka splnila požadavky kladené na tento typ kvalifikační práce.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Byly návrhy a doporučení představené v bakalářské práci prezentovány managementu CiS systems s.r.o., popřípadě byl/bude některý z návrhů implementován v praxi?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Popište, jakým způsobem by bylo možné zvýšit engagement v rámci marketingové komunikace na sociální síti Instagram.

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Která témata z oblasti společenské odpovědnosti CiS systems s.r.o. by bylo možné využít v rámci marketingové komunikace na sociálních sítích?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 04.06.2024

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz