

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Sociální sítě jako nástroj prodeje a propagace nového e-shopu s oblečením

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Trousil Vojtěch

Oponent práce: Ing. Olga Kutnohorská, 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	
	Zastaralé prameny	
	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	
	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:

Za cíl své bakalářské práce si autor zvolil sestavit efektivní koncepci využití sociálních sítí pro prodej a propagaci ke konkrétním potřebám nového e-shopu s oblečením. Lze konstatovat, že cíl se podařilo naplnit. Teoretická část se zabývá sociálními sítěmi a marketingem na sociálních sítích. Velmi oceňuji, že je rešerše úzce zaměřená na řešené téma a představuje vhodné teoretické zázemí pro část praktickou. Autor čerpá z mnoha originálních zdrojů, citace odpovídají normě. Praktická část se zaměřuje na samotný e-shop Insignia. Nejprve je definována cílová skupina a posléze provedeno porovnání a výběr vhodných sociálních sítí pro komunikaci. Dále je na základě analýzy obsahu konkurenčních společností a analýzy obsahu vybraných módních značek vytipován vhodný obsah pro e-shop Insignia. Zde bych pro příště doporučila využít skutečně metodu obsahové analýzy, která by umožnila zhodnotit daná sdělení objektivně. Závěrem jsou shrnuta doporučení pro tvorbu dlouhodobé koncepce využití sociálních sítí pro prodej a propagaci, doporučení vycházejí z komparace výsledků praktických rozborů a teoretické rešerše. Práce splňuje požadavky kladené na tento typ prací, proto ji doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Domníváte se, že pro Vámi řešený internetový obchod představují tuzemské i zahraniční internetové obchody rovnocennou konkurenci?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Pro komunikaci se zákazníky jste doporučil sociální sítě Instagram a Facebook. Přijde Vám vhodné příspěvky zveřejňované společností pro tyto platformy diferencovat? Pokud ano, jak?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Jaký harmonogram byste doporučil pro monitoring a hodnocení úspěšnosti navržených doporučení?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 09.06.2021

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz