

POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Zhodnocení komunikace začínající módní značky na sociální síti Facebook

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Zedníková Monika

Vedoucí práce: Ing. Břetislav Stromko, MBA

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
	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	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:

Studentka si za téma své BP zvolila vyhodnocení komunikace začínající módní značky na sociální síti Facebook, cílem tedy je na základě získaných dat vytvořit doporučení pro značku tak, aby se svými fanoušky komunikovala na této síti co nejefektivněji. K naplnění cílů studentce pomáhá důkladná analýza statistik spojených s publikováním příspěvků z platformy Facebook Insights, rozhovor se spolujitelkou značky a také kvalitní studium best practices v oboru. Teoretická část se konkrétně a dostatečně do hloubky věnuje problematice sociálních médií, trendům v ČR, Facebooku a vybraným best practices na této síti dle různých autorů, tematika módního odvětví je také obsažena. Po obsahové stránce je tato kapitola kvalitní. Práce se zdroji je na odpovídající úrovni, autorka si správně ve většině případů ohlíдела jejich aktuálnost. Metodika je rovněž náležitě popsána. V analytické části je nejprve stručně představena zkoumaná značka SYN v pohybu a demografie a vývoj počtu fanoušků značky na Facebooku. Dále autorka zkoumá, jak správci FB stránky značky používají jednotlivé best practices a analyzuje účinnost publikovaných příspěvků, včetně těch podpořených penězi. Tím získává dostatek dat pro závěrečné shrnutí a doporučení. Kladně hodnotím propojení teoretické a praktické části práce. Na práci je znát zájem autorky o dané téma - text je zpracován systematicky, drží se stanoveného tématu a poskytuje zajímavá srovnání a doporučení v aktuálním odvětví sociálních médií. Práci doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jaké typy reklam na Facebooku existují? Jaké typy byste doporučila značce SYN v pohybu používat a proč? Svou odpověď odůvodněte.

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Měla by se značka SYN v pohybu pokusit do své komunikace více zapojit některé aktuální celebrity ze sociálních sítí - fashion bloggerky, YouTubery apod.? Pokud ano, tak které a jak? Pokud ne, tak proč to není vhodné?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Do jakých dalších pracovních oblastí kromě marketingu již sociální média pronikla? Jak firmy sociální média ještě využívají? Svou odpověď, prosím, rozvedte.

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Klasifikace	výborně	X
	velmi dobře	
	dobře	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

nevyhovující	
--------------	--

Datum: 05.06.2016

Podpis vedoucího práce