

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Social media marketing strategy for the selected organization

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Nentvichová Klára

Vedoucí 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	X
	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, 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:

Diplomová práce si klade za cíl analyzovat, formulovat a vyhodnotit marketingovou strategii pro sociální média pro vybranou organizaci v sektoru stavební techniky. Teoretická část je zaměřena na online marketing a marketing na sociálních sítích, samostatná kapitola se zabývá způsoby hodnocení výkonu sociálních sítí. Závěrem se autorka věnuje popisu metodiky práce. Rešerše má adekvátní rozsah, vytváří kvalitní zázemí pro následující analytickou část, stavba textu je logická. Oceňuji množství relevantních zdrojů a komparativní styl rešerše. Analytická část začíná charakteristikou vybrané společnosti, následuje velmi podrobně zpracovaná situační analýza, při jejíž tvorbě se autorka opírá také o závěry vlastního výzkumu. Doposud získané poznatky jsou včleněny do kompletního návrhu online marketingové strategie pro veletrh LogiMAT 2024 ve Stuttgartu, který se konal v období 19. až 21. března 2024. Výsledná doporučení pro organizaci poté vycházejí z poznatků soustředěných v rámci teoretické a analytické části práce a zároveň implementují výsledky online marketingové strategie získané z vyhodnocení po skončení veletrhu. Tato doporučení jsou formulována systematicky a poskytují komplexní a návodný přehled žádoucích opatření. Autorka při psaní práce prokázala iniciativu a schopnost samostatně zvládnout zadané téma, pravidelně konzultovala, případné připomínky akceptovala a zapracovala do textu. Práce je psána čtivou formou, splňuje požadavky kladené na tento typ prací, proto ji doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jeden z Vašich návrhů se týká zvýšení frekvence přidávaných příspěvků na sociální sítě. Je podle Vašeho názoru v této kategorii produktů významnější frekvence nebo obsah příspěvků, popřípadě obojí?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Který z Vašich návrhů považujete za pro společnost nejvíce přínosný?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Národní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Datum: 04.06.2024

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz