



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Daniel Jablonský

Název práce: Digitální marketing ve vzdělávacích institucích

Autor posudku: Mgr. Ing. Marek Špelda, Ph.D.

Cíl práce: Cílem práce je představení digitálního marketingu, jeho nástrojů a jeho využití ve vzdělávacích institucích. V praktické části jsou získané poznatky aplikovány v reálném prostředí Fakulty informatiky a managementu Univerzity Hradec Králové. Jedná se o analýzu nástrojů digitálního marketingu a analýzu příspěvků publikovaných na sociální síti Facebook. Zjištěná data jsou porovnána s teoretickými východisky. Na základě výsledků jsou vyvozena doporučení.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Práce byla vyhodnocena v Odevzdej.cz (celková podobnost 1%)

Dílčí připomínky a náměty:

Jako téma navazující diplomové práce lze doporučit stejné téma s tím, že by bylo pracováno s názory více pracovníků public relation, bylo provedeno dotazníkové šetření či anketa mezi studenty a takto získané informace analyzovány, získané závěry podrobeny komparaci, na základě které by byly pak definována doporučení.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Kladně lze hodnotit výběr tématu práce, které je aktuální a jeho pochopení bude v současnosti i v budoucnosti klíčové pro public relations, oslovování a získávání zájemců o vzdělávání a tedy pro samotnou existenci vzdělávacích institucí. Závěry, které autor definoval v závěru praktické části práce, mohou být v praxi reálně aplikovatelné a nejedná se tedy pouze o práci teoretickou.

Autor přehledně rozdělil práci na tři části, nejprve vysvětluje použité metody výzkumu. Vyzdvihnout lze, že jednou z metody byl i semistrukturovaný rozhovor se tvůrcem public relations na sociálních médiích vybrané vzdělávací instituce, čímž získal cenné praktické zkušenosti. Dále zařadil teoretickou část, v níž definuje teoretická východiska práce, jednotlivé pojmy a přístupy různých autorů k této problematice. Vhodně čerpá zejména z aktuálních současných tuzemských i zahraničních děl, aby pak následně v praktické části přešel k popisu aktuálního stavu na konkrétní vybrané vzdělávací instituci. Pracuje mimo jiné i s názory získanými semistrukturovaným rozhovorem. Zjištěný stav odborně hodnotí z různých úhlů pohledu, přičemž využívá i své vlastní zkušenosti, jako studenta, tedy cílové skupiny public relations a navrhuje zlepšení a alternativní řešení. Zjištěné názory jednoho z tvůrců public relations mají vysokou vypovídající hodnotu, pro větší objektivitu a názorovou různorodost lze však doporučit, využití názorů více takových pracovníků.

Cíl práce byl autorem splněn. V práci definuje digitální marketing a jeho nástroje a využití ve vybrané vzdělávací instituci, což byl jeho v úvodu vytčený cíl.

Otázky k obhajobě:

Jakou důležitost autor připisuje sociálním sítím a jaká zkušenost by jej přiměla k upuštění od sledování facebookové stránky určité instituce.

Jaké další nástroje digitálního marketingu využívají jiné srovnatelné vzdělávací instituce (v ČR či v zahraničí) a bylo by přínosné je na Fakultě informatiky a managementu Univerzity Hradec Králové také použít?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: A

V Náchodě, dne 27. srpna 2018

podpis