

**POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE**

**Název práce:** Doporučení pro krizovou komunikaci na Facebooku pro značku Nescafé Česká republika

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Munzarová Lenka

**Vedoucí práce:** Ing. Břetislav Stromko, MBA

<b>Práce splňuje zadání</b>	Ano	<b>X</b>
	Ne	
<b>Aktuálnost tématu</b>	Velmi aktuální	
	Aktuální	<b>X</b>
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
<b>Náročnost tématu</b>	Náročné teoreticky i metodologicky	<b>X</b>
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
<b>Struktura práce</b>	Úplná, logická	<b>X</b>
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
<b>Literatura a práce s ní</b>	Originální prameny	<b>X</b>
	Aktuální prameny	
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využitě, organicky zapracované	<b>X</b>
	Využitě pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využitě	
<b>Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)</b>	Optimální množství	<b>X</b>
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	<b>X</b>
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

<b>Vlastní přínos práce</b>	Formulace původních závěrů	<b>X</b>
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

**Další hodnocení:**

Tématem bakalářské práce je krizová komunikace na sociálních sítích, konkrétně je pak cílem vytvořit doporučení pro krizovou komunikaci na Facebooku pro značku Nescafé Česká republika. Cíl je zvolen vhodně a je splnitelný na vyhrazeném prostoru. Teoretická část obsahem odpovídá zvolené problematice. Postupně se autorka věnuje krizové komunikaci a jejímu řízení, krizové komunikaci na sociální síti Facebook a rovněž předkládá vhodné příklady z českého prostředí z poslední doby. Kapitola je tak dostatečně konkrétní a praktická a nezůstává pouze u obecné teorie. Práce se zdroji je na dostatečně kvalitní úrovni. Metodika je patřičně popsána v samostatné kapitole. Byl využit rozhovor s manažerem (Customer Team Head) firmy Nestlé, jehož přepis je správně možné dohledat v přílohách práce. Dále byla provedena SWOT analýza a rovněž dotazníkové šetření (276 respondentů). Vzor dotazníku a tabelizovaná data jsou opět uvedeny v přílohách. Správně je také vysvětleno propojení metod na teoretickou část práce. Praktická část textu začíná představením značky Nescafé Česká republika, poté jsou popisovány možné komunikační krize značky. K tomu je využita SWOT analýza, kde je pozornost věnována především slabým stránkám a hrozbám. Následuje vyhodnocení dotazníkového šetření. To je dostatečně podrobné, vhodně doplněno o grafy a poskytuje dobré podklady pro závěrečná doporučení. Ta jsou dostatečně konkrétní a vycházejí z předložených výsledků. Práce je v souladu se zadáním. Text je zpracován systematicky a jeho jednotlivé části na sebe logicky navazují. Práci doporučuji k obhajobě.

**Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:**

Jak zajistit, aby komunikační krizi na sociálních sítích nevyvolali sami zaměstnanci? Je vhodné, aby firma nastavila pravidla pro své zaměstnance, které budou upravovat způsob komunikace o firmě na sociálních sítích i na soukromých profilech zaměstnanců? Je toto možné a žádané? Svou odpověď odůvodněte.

**Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:**

Jak zajistit úspěšnost tiskové zprávy a to, že ji novináři použijí? Jak se měří zásah tiskové zprávy?

**Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:**

**Ostatní otázky vztahující k tématu práce:**

<b>Výsledné hodnocení</b>	doporučuji k obhajobě	<b>X</b>
	nedoporučuji k obhajobě	

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

**Datum: 06.06.2021**

---

**Podpis vedoucího práce**

**VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.**

info@vsem.cz, www.vsem.cz