

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK Oponenta ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Marketingová komunikační kampaň na sociálních sítích

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Soquessa Carla

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	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využitě 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:

Cílem bakalářské práce je navrhnout marketingovou komunikační kampaň na sociálních sítích pro společnost Direct Parcel Distribution CZ s.r.o., která zvýší povědomí o značce a podpoří zapojení cílové skupiny. Struktura práce odpovídá zadání, stanovený cíl se autorce podařilo naplnit. Teoretická část je úzce zaměřena na téma marketingové komunikace, je zpracována s využitím klasických, aktuálních a originálních zdrojů, poskytuje ucelený soubor poznatků a představuje kvalitní zázemí pro tvorbu analytické části práce. Zdroje jsou komparovány a správně citovány. Analytická část práce začíná představením společnosti a rozbořem stávající komunikace na sociálních sítích, která je provedena velmi pečlivě. Následuje SWOT analýza, formulace cílových skupin a identifikace konkurence společnosti na sociálních sítích. Stěžejní částí práce je kapitola s návrhem komunikační kampaně, která je zpracována do detailů (včetně rozpočtu a ukazatelů výkonnosti) a je postavena na doposud získaných poznatcích. V textu se vyskytuje množství stylistických a gramatických chyb. Práci doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Byly Vaše návrhy společnosti představeny? Pokud ano, jak na ně společnost reagovala?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Doporučovala byste realizovat Vámi navrženou kampaň se stávajícími zaměstnanci společnosti nebo byste spíše preferovala najmout externího odborníka na komunikaci na sociálních sítích?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 06.06.2024

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz