

POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Strategie online marketingu na sociálních sítích pro barefoot kolekci značky Vasky trade s.r.o.

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Kunáková Nicola

Vedoucí práce: Ing. Jitka Burešová, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	X
	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	

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Cílem diplomové práce bylo navrhnout efektivní tříměsíční marketingovou strategii na sociálních sítích pro barefoot kolekci značky Vasky. Diplomantka si sama aktivně našla firmu, se kterou navázala spolupráci a formulovala hlavní cíl práce. Diplomantka pracovala průběžně a jednotlivé kroky konzultovala a na připomínky reagovala pozitivně. Struktura práce je poměrně přehledná, někdy je zbytečně členěna do řady kratších kapitol. Struktura práce je ale logická. Teoretická část je rozdělena do 4 kapitol za použití nadstandardně velkého množství českých i zahraničních zdrojů. Veškerá uvedená teorie je použita v praktické části a správně aplikována. Praktická část začíná situační analýzou, kde je představen nejen podnik a jeho největší konkurenti, ale také vnější okolí podniku prostřednictvím PESTL analýzy. PESTL analýza je dobře zpracovaná, informace jsou převážně pro podnik zajímavé. Kapitola 3.1.9 Analýza získaných dat měla být nazvána jinak, z tohoto názvu není patrné, že jde o výsledky primárního výzkumu. Tato kapitola také není vhodně uvedena, hned jsou zpracovány odpovědi k jednotlivým otázkám. SWOT analýza shrnuje nejdůležitější poznatky ze všech primárních i sekundárních dat. Kladně hodnotím, že jsou všechny dimenze vysvětleny v textu níže. U procesu STP mohla být segmentace zpracována detailněji. Z textu není úplně jasné, jestli takto segmentuje samotná firma nebo je to počin diplomantky. Velký prostor je věnován návrhům strategie. Cíle jsou formulovány realisticky a konkrétně. Komunikační nástroje a obsahová strategie jsou poměrně propracované, lze na jejich základě nastavit kampaně. Kladně hodnotím, že rozpočet byl konzultován s marketingovou manažerkou podniku. Práce je zakončena kapitolou 3.7 Měření a vyhodnocování, kde jsou představeny KPI a v základu metriky, které budou sledovány. Tato kapitola by mohla být propracovanější, s ohledem na komplexnost a rozsah práce to ale nevidím jako podstatný problém. Cíl práce byl splněn, práce odpovídá požadavkům na závěrečnou práci, proto ji doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Na straně 37 v kapitole 2.5 uvádíte "Použití specializovaných nástrojů pro analýzu trendů a preference zákazníků založených na klíčových slovech pojících se s barefoot obuví." Jaké nástroje jste konkrétně použila?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Myslíte si, že je nutné, aby firma komunikovala barefootovou kolekci na LinkedInu? Není vhodné používat LinkedIn výhradně k náboru zaměstnanců a komunikaci na B2B?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 17.05.2024

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz