

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Online Public Relations vybraných společností

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Nedvědová Karolina

Oponent práce: Ing. Aleš Marek, Ph.D.

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

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:

Bakalářská práce hodnotí dvě banky z pohledu jejich aktivit v online PR. Teoretická část je kvalitní, stejně tak i praktická část. Autorka dobře ukazuje i svůj postup v práci uvedené metodické části. V praktické části trochu chybí grafy nebo tabulky, kterými by práci oživila a zřehlednila. Vlastní přínos je značný, je vidět, že se autorka tématu hodně věnovala. V závěru práce jsou prezentována doporučení, která jsou platná a odůvodněná. Citace jsou v pořádku, zdrojů literatury je dostatečné množství. Hodnotím výborně.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jak důležitá je podle vás televizní kampaň, která běží nepřetržitě od začátku komunikace banky ve vztahu k online PR? Měla by být synergická? Po jaké době by měla banka tutu kampaň zcela změnit?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Vzhledem k faktu, že TV komunikace zasáhne miliony lidí a on-line PR maximálně tisíce, proč má podle vás smysl se této online podpoře věnovat?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Klasifikace	výborně	X
	velmi dobře	
	dobře	
	nevyhovující	

Datum: 07.01.2016

Podpis oponenta práce