



## POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Pumprová Alena

**Název práce:** Virální marketing a využití sociálních medií v českých společnostech

**Autor posudku:** Dr. Ing. Vítězslav Hálek, MBA. Ph.D.

**Cíl práce:** Zanalyzovat využívání sociálních medií českými společnostmi a navržení praktického využití virálního marketingu pro konkrétní českou společnost.

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

### Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Anti-plagiátorským systémem v případě posouzení uvedené práce vykázal 2% shodu. Se znalostí detailů o podobnostech v textu, lze konstatovat, že práce je v těchto detailech řádně opatřena citacemi a odpovídá proto běžným postupům publikační činnosti, citační etiky a není v rozporu s pravidly pro zpracování vysokoškolských kvalifikačních prací.

### Dílčí připomínky a náměty:

Teoretická část práce postrádá obecnější úvod do tématu a horší je i logická výstavba souvisejícího výkladu. Chybí tak propojení virálního marketingu s on-line marketingem, i jeho zařazení do celého marketingového komplexu.

Zcela opomenuta je pak oblast marketingového výzkumu, jeho metod, vyhodnocování výsledků a další související činnosti, které tvoří podstatu nemalé části praktické aplikace.

Zhodnocení realizovaných virálních kampaní v rámci praktické části práce mohlo být doplněno o přehledné srovnání i mezi jednotlivými kampaněmi.

Vlastními dotazování nebyl věnován dostatečný čas, což se projevilo i v minimální návratnosti dotazníků.

### **Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:**

Teoretická část práce je rozpracována v dostatečném rozsahu. Studentka velmi detailně rozpracovala téma virálního marketingu, ovšem bez uvedení jeho širších souvislostí. Další dobře rozpracovanou část práce představuje rozbor sociálních médií, kde se autorka snaží definovat veškeré moderní trendy.

Jako východisko pro praktickou část zvolila studentka zhodnocení známých a snad i úspěšných virálních kampaní realizovaných v ČR i v zahraničí. Studentkou realizované dotazování nemělo dostatečnou odezvu a zkoumaný základní soubor tak byl velmi malý a nereprezentativní. Přesto se studentka ze získaných dat zpracovává poznatky, které mají posloužit jako odpovědi na předem stanovené hypotézy. V závěrech se pak studentka řádně vypořádává se zodpovězením těchto hypotéz. Jako úplný závěr pak studentka navrhla vlastní virální kampaň pro organizaci Sokol, jejímž cílem je přivedení nových členů a zajištění fungování organizace na další období. Cíl práce byl naplněn.

### **Otázky k obhajobě:**

1. Lze Vámi navrženou virální kampaň označit za úspěšnou? Pokud ano, na základě jakých parametrů tak lze učinit?
2. Jakých jiných marketingových nástrojů byste doporučila využívat organizaci Sokol pro dosažení trvalého zájmu veřejnosti o její činnost na základě Vámi učiněných poznatků?

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Navržená výsledná známka: C**

**V Hradci Králové, dne 15. května 2019**

---

podpis