

**POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE**

**Název práce:** Hledání trendů a faktorů ovlivňující úspěšnost příspěvku na sociální síti Facebook

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Martincová Alžbeta

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

<b>Práce splňuje zadání</b>	Ano	<b>X</b>
	Ne	
<b>Aktuálnost tématu</b>	Velmi aktuální	<b>X</b>
	Aktuální	
	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 využité, organicky zapracované	<b>X</b>
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
<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:**

Práce se zaměřuje na trendy a faktory ovlivňující úspěšnost příspěvku na sociální síti Facebook, konkrétně je pak cílem sestavit soubor metod, kterými lze tuto oblast měřit. Cíl je zvolen vhodně a je splnitelný na prostoru bakalářské práce. V teoretické části je s ohledem na řešenou problematiku pozornost správně věnována sociálním sítím, marketingu a v její druhé části především Facebooku a trendům a faktorům úspěšnosti příspěvků na této sociální síti. V některých pasážích by bylo vhodné výrazně zvýšit aktuálnost zdrojů. Rovněž by bylo dobré lépe tuto část strukturovat do kapitol a podkapitol. Jinak je teorie zdařilá. Metody jsou náležitě popsány v samostatné kapitole. Autorka pracuje s daty ze skoro 62 tisíc příspěvků, následně je analyzuje a byly též stanoveny hypotézy, které jsou patřičně testovány. Pozornost je věnována gastronomickým podnikům. Byla provedena rovněž obsahová analýza vybraných příspěvků, dále také dotazníkové šetření (s poměrně malou návratností). Vzor dotazníku je správně možné dohledat v přílohách práce. Zvolená metodika je kvalitní a hodnotím ji kladně. Praktická část je zpracována pečlivě. Autorka předkládá výsledky zvolených metod a vyhodnocuje je dostatečně podrobně. V kapitole je optimální množství tabulek a grafů. To je samozřejmě v pořádku, nicméně stává se, že neodpovídá číslo grafu či tabulky s číslem, které je uvedeno v textu. A rovněž by bylo dobré zlepšit srozumitelnost prezentace dat a jejich popisu v textu. Na konci praktické části je předložena marketingová strategie pro gastronomický podnik na síti Facebook - ta vychází jak z teoretické části, tak z výsledků prezentovaného výzkumu. U této části mi schází bližší návaznost na hlavní cíle práce. Naopak by bylo vhodné na konci praktické části více shrnout a poskytnout doporučení pro soubor metod, kterými lze tedy měřit trendy a faktory úspěšnosti příspěvků na Facebooku. Každopádně předložená strategie je zpracována systematicky, jen některé pasáže měly být více konkrétní a popsány lépe. To je např. případ prezentované SWOT analýzy - ne všechny prvky a skutečnosti jsou přiřazeny do správných kategorií. Práce obsahuje formální nedostatky a též časté nepřesnosti v syntax, gramatice a překlepy. Z pohledu obsahu je zpracována kvalitně a její jednotlivé části na sebe logicky navazují. Na textu je velmi znát zájem autorky o dané téma. Práci doporučuji k obhajobě.

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

Každý podnik má své ekonomické cíle. Jakým způsobem a skrz jaké komunikační cíle a metriky je možné provázat efektivitu komunikace na sociálních sítích na ekonomické cíle podniku? Konkrétně popište na příkladu.

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

Spolupráce s influencery může pomoci úspěšnosti firemního profilu na sociálních sítích. Jaké metriky dokáže taková spolupráce navýšit? A jak správně vybrat influencera? Jaké okolnosti a atributy je nutné před navázáním spolupráce posoudit? A jak nastavit právní rámec spolupráce?

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

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Jaké strategické analýzy vnějšího makroprostředí znáte? Vyjmenujte. Následně zvolte jednu a aplikujte ji na zvolený gastronomický podnik uvedený v práci.

**Ostatní otázky vztahující k tématu práce:**

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

**Datum: 23.12.2022**

\_\_\_\_\_  
**Podpis oponenta práce**