

**POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE**

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

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Martincová Alžbeta

**Vedoucí práce:** Ing. Peter Matisko, Ph.D.

<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	<b>X</b>
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	<b>X</b>
	Využitě 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	<b>X</b>
	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 je velmi obsáhlá a podrobná. Zabývá se marketingem z různých pohledů, pečlivě analyzuje rozmanitá data. Text obsahuje velké množství tabulek a grafů, které přináší mnoho užitečných informací pro tvorbu marketingových kampaní, segmentaci, výběr marketingových kanálů a způsobů komunikace. Kapitola 3.3 dále vyšetřuje několik hypotéz, které marketérům mohou pomoci v rozhodování. Kapitola 3.5 aplikuje obecnější marketingové znalosti pro obor gastronomie a demonstuje využití marketingových nástrojů pro specifický obor.

\* Částečně negativně lze na práci hodnotit právě její rozsah, který je daný širokým, ale obecným, záběrem. \*

Psaní práce trvalo delší než standardní dobu, nicméně text prošel od počátku mimořádným zlepšením. Velmi oceňuji snahu studentky text neustále zlepšovat a opravovat chyby. Práci jsme aktivně konzultovali. \* Výsledný text práce hodnotím pozitivně, neobsahuje vážné formální ani obsahové chyby. Zadání považuji za splněné. \* Práci doporučuji k obhajobě.

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

Která z hypotéz přinesla překvapivý, resp. neintuitivní, závěr? Popište důvody.

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

Popište obecněji pravidla, která by měli marketéři dodržovat, aby jejich kampaně byly úspěšné. Využijte informace z analýzy a dotazníku.

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

## Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 03.01.2023

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz