

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Pavla A b s o l o n o v á

Název diplomové práce: Online marketing na sociálních sítích

Cíl práce: navrhnout doporučení pro zlepšení online marketingové komunikace na sociálních sítích za účelem zvýšení povědomí o firmě

Jméno vedoucí diplomové práce: doc. Ing. Jozefína Simová, Ph.D.

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
I. Hodnocení zpracování tématu diplomantem:				
Splnění cíle práce	X			
Volba metod a jejich aplikace při zpracování tématu	X			
Hloubka provedené analýzy	X			
II. Hodnocení struktury a obsahu práce:				
Přehlednost a logická stavba (struktura) práce	X			
Aktuálnost a vhodnost použitých pramenů		X		
Schopnost diplomanta zpracovat získané podklady	X			
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce		X		
Formulování vlastních názorů diplomantem	X			
III. Hodnocení formy a stylu práce:				
Formální úprava práce (text, tabulky, grafy)	x			
Stylistická úroveň práce	x			
Práce s českou literaturou včetně odkazů a citací		x		
Práce se zahraniční literaturou včetně odkazů a citací		x		
Posouzení výsledku kontroly plagiátorství v IS STAG	Posouzeno bez výhrad			x
	Posouzeno s výhradami			

Vyjádření minimálně v rozsahu 10 řádků k diplomové práci z hlediska splnění jejích cílů, využití metod řešení a návrhů opatření včetně formální úpravy, práce s literaturou a její citace (uveďte na druhou stranu posudku).

Otázky k obhajobě diplomové práce:

1. Charakterizujte internetový a online marketing.
2. Pokud byste měla porovnat Vámi navrhovanou online komunikaci firmy v oblasti stavebnictví (služeb) a v oblasti prodeje a montáže výplní stavebních otvorů, existují určitá specifika např. ve volbě nástrojů a koncepci online komunikace?

Práci doporučuji - nedoporučuji* k obhajobě. (*nehodící se škrtněte)

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: **v ý b o r n ě**

Datum: 1. 6. 2020

.....
Podpis vedoucího diplomové práce



Diplomantka se ve své práci zabývá problematikou online marketingové komunikace s cílem optimalizovat online marketingovou komunikaci služeb a produktů vybrané firmy na sociálních sítích za účelem zvýšení povědomosti uživatelů sociálních sítí o firmě.

Teoretická část diplomové práce je primárně zaměřená na problematiku marketingu na sociálních sítích a využití sociálních médií pro firemní účely. Seznamuje s nástroji komunikace na sociálních médiích i způsoby měření výsledků na sociálních médiích. Svým obsahem kapitola plně odpovídá potřebám práce.

V analytické části diplomantka velmi dobře popsala stávající situaci firmy v oblasti její komunikace a výborně analyzovala konkurenční prostředí firmy. Analýza se týká obou hlavních činností firmy a to jak oblasti stavitelství, tak i oblasti prodeje a montáže výplní stavebních otvorů. Diplomantka zvolila vhodnou metodiku hodnocení a porovnání firmy s vybranými konkurenčními podniky, vhodně identifikovala a kvantifikovala hodnotící proměnné. Druhá část analýzy se týkala potřeb zákazníků. Tady diplomantka velmi vhodně zvolila marketingový výzkum. Realizací výzkumu prokázala schopnost výzkum koncipovat, realizovat a hlavně získaná data vhodně analyzovat a získané výsledky přehledně a srozumitelně prezentovat. Velmi pozitivně hodnotím i využití poznatků získaných analýzou v návrzích online komunikace firmy.

Diplomantka pracovala samostatně a iniciativně. Zvláště bych chtěla ocenit rozsah prací, které diplomantka provedla. Práce svým rozsahem (oblast stavitelství a prodeje výplní stavebních otvorů) odpovídá dvěma diplomovým pracím.