



POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno studenta: Petr Nožička

Název diplomové práce: Facebook jako nástroj pro zvýšení efektivity marketingových činností

Cíl práce: optimalizace Optimalizace marketingové strategie společnosti na facebooku

Jméno vedoucího diplomové práce: Ing. Athanasios Podaras, Ph.D

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
I. Hodnocení zpracování tématu studujícím:				
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 studenta zpracovat získané podklady	X			
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce	X			
Formulování vlastních názorů studentem	X			
III. Hodnocení formy a stylu práce:				
Formální úprava práce (text, tabulky, grafy)		X		
Stylistická úroveň práce	X			
Práce s českou literaturou, vč. odkazů a citací		X		
Práce se zahraniční literaturou, vč. odkazů a citací		X		
IV. Posouzení výsledku kontroly plagiátorství:				
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, úrovně spolupráce studenta s vedoucím práce, formální úpravy a práce s literaturou a její citace (uvedte na druhou stranu posudku).

Otázky k obhajobě diplomové práce:

1) Který je populárnější nástroj internetové marketingové strategie, Facebook Analytics nebo Google Analytics?

2) Můžete zmínit některé nevýhody týkající se přijetí sociálních médií pro zapojení zákazníků?

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

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm:

VÝBORNĚ

Datum: 26/12/2023

.....
Podpis vedoucího diplomové práce



Tato práce se zabývá efektivním přijetím metrik sociálních médií pro strategické rozhodování v moderních podnicích. Jeho primárním cílem je optimalizace internetové marketingové strategie na Facebooku konkrétní společnosti s využitím dat shromážděných z firemního facebookového portálu. Shromážděná data slouží k řešení konkrétních výzkumných otázek týkajících se používání Facebooku jako nástroje pro efektivní internetovou marketingovou strategii. Práce je velmi dobře napsaná, má logickou strukturu a zabývá se tématem, které je zásadní pro moderní rozhodování, a to strategiemi internetového marketingu na základě dat sociálních sítí. Cíle je dosaženo dostatečným sběrem dat a zodpovězeny a vysvětleny formulované výzkumné otázky. Autor navíc odůvodňuje zaměření práce na facebook jako nejoblíbenější nástroj sociálních médií ve srovnání s jinými platformami. Literární zdroje jsou dostatečné, ale mohlo být přijato více článků v časopisech a více příspěvků z konferencí. Analýza základní teorie je více než důkladná a výsledky jsou prezentovány pomocí jasných a pěkných grafů následovaných textem. Obecně platí, že práce splňuje standardy kompletní diplomové práce. Doporučuji tedy k obhajobě a hodnotím známkou výborně.