

Vysoká škola ekonomická v Praze
Fakulta podnikohospodářská
Katedra marketingu



Karel Taschner
Marketing Communication Manager

Hewlett-Packard s.r.o.
Vyskočilova 1/1410
CZ - 140 00 Praha 4
Tel.: +420-261 307 111
Fax: +420-261 307 613
www.hp.cz

direct line: +420-261 108 126
mobile phone: +420-724 951 593
karel.taschner@hp.com

Posudek oponenta baka

Jméno studenta: Jiří Tabáček

Název práce: Internetové sociální sítě a jejich využití v oblasti marketingu

Oponent práce: Karel Taschner

Cíl práce: Poukázat na možnosti využití, výhody, nevýhody a nevyužitý potenciál marketingu, prováděného prostřednictvím internetových sociálních sítí

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení			
	1	2	3	4
Vymezení cíle a jeho naplnění	☒	☐	☐	☐
Náročnost tématu na teoretické znalosti	☒	☐	☐	☐
Náročnost tématu na praktické dovednosti	☒	☐	☐	☐
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	☒	☐	☐	☐
Hloubka a správnost provedené analýzy	☒	☐	☐	☐
Práce s literaturou	☒	☐	☐	☐
Logická stavba a členění práce	☒	☐	☐	☐
Jazyková a terminologická úroveň	☐	☒	☐	☐
Formální úprava a náležitosti práce	☒	☐	☐	☐
Vlastní přínos studenta	☒	☐	☐	☐
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	☒	☐	☐	☐

Dílčí připomínky a náměty:

Vzhledem k rozsahu práce, velmi dobře zpracované téma. Analýza potenciálu internetových sociálních sítí mohla být jistě hlubší, ale vzhledem k zaměření na oblast marketingu plně dostačující. Dobře vyvážený poměr příkladů ze zahraničí a z ČR.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Práce se věnuje zcela novému nástroji marketingové komunikace, který není dosud plně využíván ani v mnoha nadnárodních společnostech. Práce obsahuje řadu velmi zajímavých postřehů a potvrzuje výbornou orientaci autora v prostředí sociálních sítí. Zvolené příklady marketingových kampaní dobře ilustrují klady i potenciální nedostatky sociálních sítí. Z uvedených důvodů navrhuji výslednou známku: výborně.

na serveru Facebook a jiných

etingsu, propagovat

marketingový nástroj jsou

10

podpis oponenta práce