

Posudek vedoucího diplomové práce

Studijní program: **Mezinárodní ekonomické vztahy**

Studijní obor: **Cestovní ruch**

Akademický rok: **2014/2015**

Název práce: **Marketing na sociálních médiích se zaměřením na cestovní ruch**

Řešitel: **Bc. Ondřej Scholz**

Vedoucí práce: **Ing. Martin Vaško, Ph.D.**

Oponent: **Ing. Jana Valentová, Ph.D.**

	Hlediska	Stupeň hodnocení
1.	Stupeň splnění cíle práce	2
2.	Logická stavba práce	2
3.	Práce s literaturou, citace	2
4.	Adekvátnost použitých metod	3
5.	Hloubka analýzy ve vztahu k tématu	3
6.	Vlastní přístup k řešení	2
7.	Formální úprava práce	2
8.	Jazyková a stylistická úprava práce	2

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Předložená diplomová práce je logicky strukturovaná do čtyř kapitol, kromě úvodu a závěru. V úvodních kapitolách práce autor vymezuje danou problematiku. Je zde patrná odpovídající práce s odbornou literaturou a dalšími zdroji informací, i když by možná mohla být širší co do svého záběru. V této části nicméně trochu postrádám kvantifikaci současného postavení sociálních sítí (médií) ve světě. Dále se autor věnuje vymezení problematiky marketingu a jeho specifik v oblasti cestovního ruchu. Zde naopak možná zase až moc zabíhá do obecného vymezení, či v praktickém pojetí zase trochu mimo téma (Booking.com – není zde rozebírán jako recenzní systém, ale distribuční kanál, což je škoda vzhledem k zaměření práce). Samotnému marketingu na sociálních sítích je tu věnováno relativně málo prostoru, zcela postrádám informace např. o virální reklamě apod.. Předposlední kapitola je věnována jednotlivým příkladům, nicméně i zde by práci prospěla větší systematickosti, stanovení způsobu hodnocení jednotlivých kampaní apod. Je škoda, že autor práce nevyužil k analýze některý z volně dostupných nástrojů pro monitoring sociálních sítí (např. socialbakers.com). Takto má práce i v této části spíše popisný charakter. V poslední části se autor práce zaměřuje na vlastní šetření uživatelů sociálních sítí. Je zde ne zcela jasně definován cíl (hypotézy zcela chybí) šetření.

Po formální stránce mám připomínku k psaní v první osobě a číslování úvodu a závěru. Částečně také k občasnému hovorovému pojetí práce. Taktéž občas postrádám lepší identifikaci grafů (např. graf 2, kde není patrné o jaký vzorek jde). I přes uvedené připomínky práce splňuje požadavky kladené na zpracování diplomových prací.

Otázky k obhajobě: 1/ Vysvětlete pojem virální reklama. 2/ Specifikujte základní hypotézy vlastního šetření.

Závěr: Diplomovou práci **doporučuji k obhajobě.**

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **2**

Datum: 03. 06. 2015

Ing. Martin Vaško, Ph.D.
vedoucí práce