

Posudek vedoucího bakalářské práce

Studijní program: **Mezinárodní ekonomické vztahy**
 Studijní obor: **Mezinárodní obchod**
 Akademický rok: **2014/2015**
 Název práce: **Marketing na sociálních sítích se zaměřením na LinkedIn ve společnosti CertiCon, a.s.**

Řešitel: **Linda Kulišová**
 Vedoucí práce: **Ing. Jiří Sedláček, Ph.D.**
 Oponent: **Mgr. Kateřina Mrázová**

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

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Autorka si za téma své práce zvolila rozbor marketingových možností sociálních sítí, se zaměřením na profesní sociální síť LinkedIn. Pro praktickou aplikaci poznatků si vhodně vybrala firmu z oblasti informačních technologií (které „přirozeně“ mají k této problematice blízko), přitom společnost sice již LinkedIn využívala, ale nikterak intenzivně.

Struktura práce je celkově logická a přehledná. Poslední (aplikační) kapitola je poměrně stručná, je však nutno uznat, že to bylo ovlivněno i skutečnostmi ve firmě, které autorka nemohla ovlivnit (viz zhodnocení přínosů práce níže). Celkový rozsah textu je spíše průměrný, požadavky na minimální rozsah bakalářské práce však byly i s určitou rezervou splněny.

V první kapitole se autorka věnovala základnímu rozboru problematiky (vymezení pojmu sociální síť, druhy, historie a vývoj sociálních sítí). V druhé kapitole se pak již plně zabývala profesní sociální sítí LinkedIn. Třetí kapitola obsahuje základní charakteristiku společnosti CertiCon a rozbor aktuálního stavu využívání LinkedIn. Ve čtvrté kapitole autorka hodnotí vybrané části marketingové strategie a používaných postupů (zejména při získávání zaměstnanců a klientů). Především z důvodu probíhajících významných změn ve společnosti (otevírání nové, druhé pobočky v Ostravě), nebyla společnost schopna či ochotna v daném čase se zjištěními a návrhy autorky blíže zabývat, resp. odložila tyto činnosti na později.

Formální a typografická úprava je celkově na dobré úrovni, vytknout lze jen pár drobností. Menší počet grafů vhodně doplňuje text. Jazyková a stylistická úroveň je rovněž dobrá, vyskytují se jen menší jazykové prohřešky. Seznam použité literatury je poměrně dlouhý, což je třeba ocenit zvláště s ohledem na malé množství pramenů, které by se zabývaly specificky LinkedIn.

Celkově práci hodnotím na rozhraní mezi stupni „výborně“ a „velmi dobře“, protože však do formuláře lze zapsat jen jednu hodnotu, uvádím tam „výborně“ (s přihlédnutím k tomu, že práce autorky byla výrazně ovlivněna faktory, které neměla pod svou kontrolou).

Otázky k obhajobě:

1. Z důvodu otevírání nové pobočky společnost neměla čas se prací autorky zabývat. Změnilo se v tomto směru něco od doby odevzdání práce?
2. Které specifické marketingové možnosti LinkedIn (ve srovnání s jinými sociální sítěmi) autorka považuje za nejvýznamnější obecně a pro danou společnost?

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

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **1**

Datum: 28. 05. 2015

Ing. Jiří Sedláček, Ph.D.
vedoucí práce