

Posudek oponenta diplomové práce

Název diplomové práce:

Využití sociálních médií v marketingu maloobchodního řetězce

Autor diplomové práce:

Bc. Lucie Rožková

Cíl diplomové práce:

Zhodnocení úspěšnosti marketingové komunikace na sociálních médiích použité obchodním řetězcem a porovnání působení na sociálních médiích s konkurenčními řetězci.

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	Přidělené body
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	8
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	7
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	10
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	8
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	6
6. Logická stavba a členění práce	10
7. Jazyková a terminologická úroveň	8
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	9
9. Vlastní přínos k řešení problematice	8
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	10
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	84
Výsledná známka	velmi dobře (2)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Diplomová práce se vyznačuje tématem v rámci velmi turbulentního oboru digitálního marketingu, ve kterém se mění podmínky velice často a logicky i velmi rychle zastarávají jak informační zdroje, tak relevantní soubor zkoumaných dat. Z tohoto úhlu pohledu je diplomová práce napsaná racionálně a metody zkoumání, logická stavba práce i deduktivní závěry dosahují velmi vysoké úrovně. Využitelnost je v praxi v maximální možné míře a je aplikovatelná ihned. Jako slabý článek diplomové práce vnímám práci s informačními zdroji, kterých je pro daný obor velice málo a byla by na místě větší rešerše. Podle čeho jste vybírala rozsah hodnocení hodnocených kritérií u obsahové analýzy jednotlivých profilů maloobchodních řetězců na Facebooku?

Čím si vysvětlujete nízkou úspěšnost příspěvků s akčními nabídkami na Facebook stránce Tesco ve srovnání s úspěšností akčních nabídek na Facebook stránkách jiných maloobchodních řetězců?

Koresponduje podle Vás počet jednotlivých druhů příspěvků se zájmy cílových skupin jednotlivých obchodních řetězců? Pokud ne, které obchodní řetězce nedodržují ideální skladbu a z čeho tak usuzujete?

Jméno oponenta diplomové práce:

Ing. Martin Březina

Pracoviště oponenta diplomové práce:

UlovDomov s.r.o.

Čestně prohlašuji, že nejsem ve správném vztahu k autorovi diplomové práce.