

Posudek vedoucího bakalářské práce

Název bakalářské práce:

Blog jako marketingový nástroj

Autor bakalářské práce:

Sandra Kisić

Cíl bakalářské práce:

Cílem práce je analyzovat spolupráci firem s blogery, poukázat na pozitivní i negativní stránky využití blogu jako marketingového nástroje.

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	Přidělené body
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	10
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	9
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	10
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	9
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	10
6. Logická stavba a členění práce	10
7. Jazyková a terminologická úroveň	10
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	10
9. Vlastní přínos k řešení problematice	10
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	10
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	98
Výsledná známka	výborně (1)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Bakalářská práce Blog jako marketingový nástroj je originální, poučenou a přínosnou prací, která představuje vysoce dynamický marketingový segment blogosféry. Autorka otevírá teoretickou část práce dějinným přehledem, ve kterém blog představuje jako přirozený důsledek dosavadního vývoje médií. Dále se věnuje všem zásadním aspektům blogování od přirozeného vymezení pojmu po založení a systematizaci blogové scény.

Autorka, sama přední česká bloggerka, se neřídí pouze na vlastní zkušenost (kap. 2.1.) a praktickou část staví i na kvalitativním výzkumu založeném na sérii rozhovorů s leadery blogosféry.

Praktická část, stejně jako teoretická část, je ovšem takřka výlučně orientována na blogery a opomíjí druhou stranu kontraktu. Práce tím trochu míjí svůj cíl, je spíše analýzou monetizačního potenciálu než potenciálu marketingového, byť toto hledisko je tam jasně přítomno.

V celkovém vyznění se však spíše jedná o drobný nedostatek, který nepoškozuje celkovou originalitu, vzhled a praktický potenciál práce, jež je vhodná jak pro samotné blogery tak pro marketingové pracovníky.

Práci jednoznačně doporučuji k obhajobě.

Otázky k diskuzi:

Jak důkladně musí znát kvalitní blogger segmenty svého publika pro účinnou komunikaci s marketingovými specialisty?

Dokázala byste kriticky zhodnotit efektivitu vynaložených nákladů na podporu vybraného produktu na klasických reklamních nosičích a skrze blog? Považujete odměnu pro blogera za adekvátní?

Jméno vedoucího bakalářské práce:

Mgr. Mario Kubaš, Ph.D.

Pracoviště vedoucího bakalářské práce:

KAM VŠE

21. červen 2015

podpis vedoucího bakalářské práce