

# Posudek oponenta diplomové práce

Studijní program: **Mezinárodní ekonomické vztahy**

Studijní obor: **Cestovní ruch**

Akademický rok: **2017/2018**

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

Řešitel: **Bc. Pavel Jiránek**

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

Oponent: **Ing. Zuzana Kvítková, Ph.D.**

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

## Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Předložená práce je na velmi vysoké úrovni. Diplomant prokázal schopnost pracovat se zdroji a efektivně uspořádat informace relevantní ke zkoumané problematice. V prvních kapitolách postupně představuje problematiku digitálního marketingu a podrobně se věnuje sociálním médiím. V praktické části je obdivuhodný vzorek respondentů. Dotazníkové šetření je přehledně zpracováno a z odpovědí jsou vyvozeny i odpovídající závěry. Analýza využití sociálních sítí cestovnímu kancelářem vhodně doplňuje celou analýzu. Po stylistické stránce je práce napsána čtivě, gramaticky správně a bez chyb. Práce splňuje požadavky kladené na diplomovou práci. Otázky k obhajobě: 1. S jakými cíli se podle Vás může cestovní kancelář prezentovat na Instagramu? Když srovnáte věkový profil uživatelů Instagramu a klientů cestovní kanceláře, myslíte, že Instagram má nějaký prodejní potenciál? 2. Jakou výhodu může mít komerční propagace příspěvku na FB oproti organickému dosahu? Co je podle Vás vhodnější pro získání nových fanoušků či zákazníků?

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

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **1**

Datum: 4. 9. 2017

**Ing. Zuzana Kvítková, Ph.D.**  
oponent práce