

Posudek oponenta diplomové práce

Název diplomové práce:

Využití sociální sítě Instagram jako nástroje marketingové komunikace v oblasti turistického ruchu

Autor diplomové práce:

Bc. Tomáš Vejsada

Cíl diplomové práce:

Cílem diplomové práce je identifikace využití sociální sítě Instagram v marketingovém mixu organizací zabývajících se podporou cestovního ruchu. Stejně tak je cílem práce zhodnotit význam Instagramu a objasnit formu komunikace na této sociální síti. Dalším cílem práce je pomocí výzkumu uživatelů a expertních rozhovorů zhodnotit význam pro uživatele a organizace v cestovním ruchu a na základě výsledků následně navrhnout doporučení.

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	Přidělené body
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	10
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	10
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	9
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	8
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	8
9. Vlastní přínos k řešené problematice	8
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	10
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	92
Výsledná známka	výborně (1)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Oceňuji, že diplomová práce odráží současnou realitu fungování sociální platformy Instagram v rámci komunikačního mixu. Autor uvádí reálné příklady, aktuální situaci zároveň v diplomové práci řeší i s dalšími experty. Oceňuji, že autor bere ohled na jednotlivé faktory a náležitosti, které ovlivňují algoritmus Instagramu i chování uživatelů na Instagramu. První otázka k obhajobě: Zmínil jste, že se Instagram neustále proměňuje. Dokážete ze svého osobního přístupu popsat, jak bude Instagram pravděpodobně vypadat za dva roky s ohledem na to, jaké novinky tato platforma plánuje? Druhá otázka k obhajobě: Influencer marketing je pro firmy sekundární nejlepším možnou příležitostí, jak ovlivnit relevantní cílovou skupinu téměř přirozeným způsobem. Co je podle vás klíčem k navázání kvalitní, důvěrné spolupráce s influencerem, aby vzájemná kooperace značky a influencerů včetně následné tvorby obsahu byla pro jeho publikum zajímavá, přirozená a hlavně uvěřitelná? Třetí otázka k obhajobě: Dokážete identifikovat současný trend mezi influcencery, kteří se řadí do kategorie tourism?

Jméno oponenta diplomové práce:

Ing. Dominika Schmidtová

Pracoviště oponenta diplomové práce:

Publicis Groupe

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