

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Role sociálních sítí v marketingové komunikaci firmy
Jméno autora:	Hubínková Barbora
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Oddělení manažerských studií
Oponent práce:	Ing. Jiří Zmatlík, Ph.D.
Pracoviště oponenta práce:	MÚVS ČVUT

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	náročnější
---------------	-------------------

Splnění zadání	splněno
Zadání bylo splněno; je možná i jiná metodologie.	

Zvolený postup řešení	správný
Zvolený postup je obvyklý a správný.	

Odborná úroveň	B - velmi dobře
Autorka využívala poznatky, získané během studia a zkušeností z praxe ve firmě.	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	B - velmi dobře
V bakalářské práci jsem nenašel závažné formální ani obsahové nedostatky; doporučuji bakalářskou práci k obhajobě.	

Výběr zdrojů, korektnost citací	B - velmi dobře
Autorka pracovala systematicky a využívala menší počet zdrojů; zdroje by mohly být očíslovány; citace jsou korektní.	

Další komentáře a hodnocení
Lze doporučit účast v soutěži „Manažer roku“, který Česká manažerská asociace vypisuje pro všechny posluchače vysokých škol. http://www.muvs.cvut.cz/2021/04/manazer-roku-2020/

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE

Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení. Uveďte případné otázky, které by měl student zodpovědět při obhajobě závěrečné práce před komisí.

Bakalářská práce promyšleně analyzuje role sociálních sítí v marketingové komunikaci firmy. Je zaměřena na společnost Form Factory s.r.o. V teoretické části bakalářské práce je shrnutí na základě bazických

poznatků dostupných z odborné literatury a následně jejich aplikace v praktické části se zaměřením na konkrétní společnost, doplněné o informace, získané během vlastních zkušeností s prací pro společnost. Cílem je navrhnout kampaně pro jednu sociální síť Form Factory a shrnutí celkové působení společnosti na sociálních sítích.

Byla by vhodná podrobnější analýza konkurence včetně analýzy pomocí elektronických zdrojů informací. Lze doporučit publikaci v odborném tisku (vybrané části).

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **B - velmi dobře**.

Otázky k obhajobě:

1. Jaké složky analýzy konkurence znáte, mohla byste je dále charakterizovat?
2. Jakým způsobem je možné měřit či charakterizovat efektivnost marketingové komunikace?

Datum: 25.5.2021

Podpis:
Ing. Jiří Zmatlík, Ph.D.