

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2015/2016

Jméno studenta: Bc. Eva Janoušková
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Marketing na sociálních sítích

Hodnotitel – oponent: Ing. Jan Petřtyl, Ph.D.
Podnik – firma: Západočeská univerzita v Plzni

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (rešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Přístup autora k řešení problematiky práce
- O) Celkový dojem z práce

	1	2	3	4	N
A)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předkládaná diplomová práce je zaměřena na mimořádně aktuální téma tzv. sociálních médií. Autorka se v textu věnuje především aplikaci a využití sociálních médií v oblasti videoher. Je nutné ocenit, že téma je aplikováno na reálný projekt, který má dokonce globální dosah. Bohužel celkový potenciál, který se při zpracování nabízel, zůstal do jisté míry nevyužit.

Výhrady je možné směřovat do oblasti jazykové úrovně textu, dále pak do jeho členění a přehlednosti. Na některých místech práce si autorka protiřečí – např. když hodnotí náklady spojené s působením na soc. sítích (jednou jsou téměř zanedbatelné, na jiném místě pak významné). Poněkud zarážející je, že autorka upozorňuje na chybějící statistická data o sociálních sítích a jejich uživatelích v ČR. Pouze namátkové šetření s pomocí služeb Vyhledávání Google, Google Scholar či ScienceDirect ukazuje obrovské množství dostupných informačních zdrojů, článků i statistik, se kterými lze dále pracovat.

Hlavní rezervy však spatřuji zejména v (chybějící) definici a analýze obchodního modelu projektu ESGA. V oboru, který autorka popisuje, je odlišení se od konkurence zejména ve fázi, kdy je zapotřebí

získat dostatečný počet fanoušků/klientů, naprostou nutností. Zpracované analýzy se však konkurenční pozicí zabývají téměř výlučně z pohledu využití/nevyužití různých komunikačních nástrojů, a to hlavní zůstává do značné míry opominuto. Předmětem k diskusi je také využití některých popisovaných zákaznických segmentů. Jejich charakteristiky totiž mohou ukazovat na poměrně starší publikum, tj. může se mýjet s cílovými segmenty projektu.

Jak autorka sama uvádí v závěru, kamenem úraz je pro projekt také dosud chybějící plán obsahu. Je škoda, že na této úrovni autorka nešla více do hloubky. Z jaké jiné, než strategické analýzy, by měla vyplynout doporučení pro strategii obsahovou? V ideálním případě bylo možné pomocí pokročilých metod analyzovat příčiny úspěchu konkurence a na tomto základě vystavět alespoň dílčí návrhy (i bez návrhů konkrétních kreativ). Metodicky by tedy bylo možné práci dále rozvinout. Bohužel – příklady konkurenčních kreativ, příspěvků apod. v práci nenalezneme vůbec.

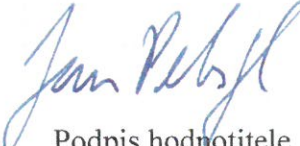
Kladně hodnotím, že na základě autorčiny práce došlo k úpravám v činnosti ESGA zejména ve směru k cílovým segmentům a jejich rozšíření, nicméně zejména výše uvedené rezervy se podepisují na výsledném hodnocení práce.

Celkově práci hodnotím jako dobrou.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

1. Jak funguje obchodní model ESGA, z čeho je generován obrat a z jakých vrstev se skládá nabízený produkt?
2. V práci zmiňujete úspěšné aktivity na sociálních médiích některých konkurentů. Jaké faktory stojí za úspěchem těchto konkurentů a jaké je možné vzít si z jejich kampaní ponaučení?

V Plzni, dne 19. 5. 2016



Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

- ¹ Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.
- ² Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.
- ³ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz www.fek.zcu.cz). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).