

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Autor práce	Petr Miklík
Název práce	Efektivita sociálních sítí v ČR vs. Evropa vs. svět
Obor/forma studia	MK/KS
Akademický rok	2012/2013
Autor posudku	Mgr. Eva Šikl Burešová

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	a
2 Nastavení cílů a metod práce	30	a
3 Úroveň teoretické části práce	50	a
4 Úroveň analytické části práce	50	a
5 Úroveň projektové části práce	50	
6 Splnění cíle práce	60	a
7 Struktura a logika textu	40	b
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	b
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	c
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	b
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,24	A

Připomínky a hodnocení práce:

Autor bakalářské práce s tématem "*Efektivita sociálních sítí v ČR vs. Evropa vs. svět*" si vybral velice aktuální téma a zajímavou oblast pro zpracování. Cílem práce je nabídnout určitou rešerši problematiky sociálních sítí/sociálního marketingu.

Autor velice dobře shrnuje v teoretické části vymezení základních pojmů, historii i základní přehled jednotlivých sociálních sítí.

V praktické části práce je předložen kvantitativní průzkum – dotazníkové šetření mezi ca 400 respondenty, uživateli sociálních sítí. Autor dotazníkového šetření se zabývá otázkou, zda uživatelé vnímají prezentaci firem na sociálních sítích a došel k závěru, že tato forma reklamního sdělení je velice vhodná marketingová taktika.

Cíl práce, tedy shrnutí nejvýznamnějších sociálních sítí současnosti, autor naplnil. Práci by bylo vhodné dále rozšířit při případném diplomovém projektu o poznatky z oblasti sociologie a psychologie v souvislosti s fenoménem sociálních sítí. Bylo by také vhodné v práci zmínit možnosti zneužívání sociálních médií v konkurenčním boji. Na místě by zcela jistě bylo i zpracování etických aspektů monitoringu sociálních sítí.

Práci považuji věcně za zajímavou, bez logických chyb či nekonzistencí. Vzhledem k výše uvedenému doporučuji tuto bakalářskou práci k obhajobě a klasifikuji ji známkou „výborně“.

Otázky k obhajobě:

1. Myslíte si, že obliba sociálních sítí bude nadále stoupat, nebo je nahradí jiná forma komunikace? Pokud ano, můžete prosím uvést jaká?
2. Sociální sítě se v posledních letech staly natolik významnou a masivně využívanou komunikační platformou, že mohou mnohdy tvořit přímo jádro marketingového mixu. Čas strávený uživateli internetu při využívání sociálních sítí již před časem předstihl i v minulosti nedostižný e-mail. Mohl byste prosím zkusit odpovědět, zda by sociální sítě mohly být jedinou taktikou marketingového mixu při kampani a případně uvést konkrétní produkt/službu, kde by to bylo vhodné?
3. Jak hodnotíte etické aspekty monitoringu sociálních sítí?

V Praze 3. 5. 2013

Podpis