

NÁZEV RIGORÓZNÍ PRÁCE:

Poskytovatelé a producenti informací a jejich cílení na uživatele – zákazníka prostřednictvím sociálních sítí

Autorka rigorózní práce: *Mgr. Zuzana Rousková*

Vedoucí rigorózní práce: *Doc. PhDr. Richard Papík, Ph.D.*

Navrhované hodnocení: doporučuji k obhajobě

Cíl, význam práce a hodnocení průběžné práce na tématu kvalifikační práce:

Rigorózantka Zuzana Rousková naplnila cíl práce beze zbytku a jako vedoucí práce jsem velmi spokojen s výsledkem, který předkládá a který sice nemohu známkovat, ale v případě škálování u rigorózních prací by z mé strany tato práce obdržela hodnocení *výborně*.

Významně přepracované a obohacené dílo doplňuje její původní diplomovou práci, kterou s názvem *Marketing v sociálních médiích databázových center a poskytovatelů informací* obhájila v počátku roku 2013, a to v hodnocení *výborném*. Předložená práce není uspěchaná, ale naopak s rozmyslem postupně doplňovaná o nové teoretické vstupy a zároveň kolegyně Rousková čekala na léto 2014, aby zopakovala výzkumné šetření, které by bylo srovnatelné s postupy a metodami a respondenty použitými pro její dřívější diplomovou práci a výsledky byly tak co nejnovější, neboť téma přirozeně rychle stárne s nástupem nových technologií a měnícího se uživatelského chování.

Dostáváme tak zajímavou srovnávací analýzu s časovým odstupem téměř dvou let. Mj. v době mezi obhájením diplomové práce a nyní předkládanou rigorózní prací Zuzana Rousková pracovala a pracuje v oblasti sociálních sítí a médií v podnikové sféře a její odborné vyjádření má tedy i váhu praxe a nových nejen poznatků, ale i dovedností, které uplatňuje v její odborné kariéře. Také se Zuzana Rousková dostala k technologickým prostředkům a nástrojům, které by jí byly jinak pravděpodobně zapovězeny. To bylo velmi výhodné a výsledek činí obzvláště hodnotným, neboť s těmito nástroji seznamuje a hodnotí je.

Rigorózantka konzultovala průběžně, pravidelně předkládala ke kontrole a konzultaci části zpracovaných kapitol a projevila kreativitu a píli. Na každou konzultaci byla vzorně připravena.

Struktura práce / obsahové záležitosti:

Zuzana Rousková ke své práci využila bohaté zkušenosti ze studia bakalářského a magisterského na ÚISK FF UK, také z erasmovské stáže a zároveň její současná praxe a dlouhotrvající zájem o nová média ji staví do role odbornice v daném tématu. Byla pozvána mj. na akci *Searching Session 2014* pořádanou každoročně Národní technickou knihovnou, aby k danému tématu přednesla příspěvek, což také úspěšně učinila.

V práci bylo třeba se věnovat základním aspektům změn v rámci informační společnosti, které ovlivňují informační instituce, informační zdroje a služby, subjekty informačního průmyslu a jejich novou příležitost doplnit marketingové aktivity současnými technologiemi spojenými se sociálními sítěmi a médii. Považuji za vhodné, že si diplomantka prostudovala a základně shrnula změny pojetí marketingu a jejich uplatnění v sociálních sítích, ujasnila si typologii a poslání sociálních sítí. Je důležité vidět důraz nejen na principy sociálních sítí a nástrojů, ale jejich zakomponování do strategií databázových center a dalších subjektů informačního průmyslu. Tím, že vystudovala informační zaměření oboru *Informační studia a knihovnictví* a zároveň má profesionální vztah k sociálním médiím, velmi dobře ví, co píše. Bylo však nutné nastínit, jak marketing a komunikace takových korporací informačního průmyslu jsou provozovány. Autorka práce pak doplňovala části týkající se také vývoje sociálních sítí, a to směrem k těm, které během dvou let přibýly a rozvinuly se. Vznikla také nová kapitola s názvem *Hodnocení úspěšnosti v sociálních sítích*. Právě tato kapitola mohla vzniknout díky profesi specialistky na sociální sítě v podnikové sféře. Musela být přepracována i část týkající se poskytovatelů informací, neboť v této oblasti došlo ke změnám poměrně významným, ale autorka si s tím dobře poradila a zachytila výborně období od prosince 2012 do září 2014. Vlastní výzkum s přijatelným a opětovně doporučeným vzorkem respondentů, který se tedy téměř zrcadlově opakoval (např. dříve samostatný Dialog se včlenil do celkového komplexu ProQuest, už nevystupuje tedy samostatně), pak ukázal zajímavá srovnání a je velmi a přehledně dokumentován.

Oceňuji toto téma, neboť nebylo ve světě ani u nás komplexně zpracováno, většinou je jen na úrovni zmínek, dílčích článků, anebo by byla autorka naopak zaplavena literaturou z internetu o využití marketingu v sociálních médiích a sítích, ale na jiných produktech naprosto irelevantních pro téma. Jsou zde specifické skupiny uživatelů a zákazníků a marketingové a komunikační kanály databázových center, poskytovatelů informací a podobných institucí musí pracovat úplně jinak, než si někdo představuje v jiných komoditách, oborech. A také to má bližší vztah k informační vědě, což je dalším velmi podstatným cílem práce. Proto také práce byla orientována nikoliv ke konceptu „jen marketingu“, ale ke vztahu poskytovatele informace a uživatele – zákazníka v širším kontextu než jen marketingovém a přejmenována s větším rozdílem.

Výběr informačních pramenů:

Výborný. Autorka aktualizovala použitou literaturu a provedla nové rešerše.

Stylistická a gramatická úroveň práce:

Bez výhrad, autorka psala text odborně a zároveň čtivě.

Formální a grafická úprava práce:

Velmi kvalitní, vynikající, přehledná.

Závěr:

Předloženou rigorózní práci doporučuji k obhajobě. Autorka by měla opublikovat některé části v nějakém odborném periodiku, a to co nejdříve.

V Praze dne 17.11. 2014

Richard Papík, v.r.