

Posudek diplomové práce Martina Jindry

### **Budování a řízení značky v prostředí sociálních médií**

Diplomová práce Martina Jindry zpracovává momentálně velmi aktuální téma na pomezí teorie nových médií a marketingu. Na tomto pomezí se také celá pohybuje a v tom je její síla i slabina. Přehledně a pěkně sumarizuje současný stav v této oblasti. Teoreticky správně a střídmě také vymezuje a v praktické části ukazuje současné snažení v této oblasti z pohledu českých poboček tří velkých telekomunikačních firem.

Právě v praktické části tkví faktický přínos práce. Musím vyzvednout metodiku a nasazení v jakém diplomant zpracoval ukázkou dynamiky sociální komunikace vybraných firem. Hlavní pochvalu ale zaslouží následná snaha konfrontovat monitoring sociálních sítí přímo se zástupci firem a také s hlavními principy nového typu marketingu. Myslím, že v této šíři je Jindrova práce u nás ojedinělá.

Přes výše uvedené má práce i slabiny. Nejdůležitější z nich je určitá míra důvěry ve skutečné využití sociálních médií. Diplomant například širěji nediskutuje možnosti zneužívání sociálních médií v konkurenčním boji. Ocenil bych v práci také výhled k směr k etickým aspektům monitoringu sociálních sítí. V práci občas překvapí drobné nepřesnosti a jazykové neobratnosti. Například práce uvádí, že nástroj ASI monitoruje diskuse na serveru Youtube, přitom sleduje jen videa. Do jazykové oblasti patří i užití pleonasmu "nejoptimálnější". Jsou to ale spíše drobnosti.

Vzhledem k uvedenému práci navrhuji hodnotit známkou mezi velmi dobrá a výborná s ohledem na obhajobu.

Vypracoval 13. 5. 2011

Mgr. Josef Šlerka