

<b>NÁZEV DIPLOMOVÉ PRÁCE:</b>	
<b><i>Marketing v sociálních médiích databázových center a poskytovatelů informací</i></b>	
<b>Autor(ka) dipl. práce:</b>	<b><i>Bc. Zuzana Rousková</i></b>
<b>Vedoucí dipl. práce:</b>	<b><i>Doc. PhDr. Richard Papík, Ph.D.</i></b>
<b>Navrhované hodnocení:</b>	<b><i>výborně</i></b>

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

Diplomantka splnila zadání, s naplněním jejího diplomového úkolu jsem jako vedoucí práce spokojen a oceňuji ne úplně snadné a literaturou pokryté téma (s výjimkou literatury o sociálních sítích nebo o marketingu obecně, které je mnoho, ale ne v průniku s poskytovateli informačních služeb).

Diplomantka konzultovala průběžně, pravidelně předkládala ke kontrole a konzultaci části zpracovaných kapitol a projevila kreativitu a píli, mnoho času bylo stráveno snad přínosnými diskuzemi nad dalším směřováním práce, které přinášelo další možnosti rozvíjení během vlastního zpracování, ale bylo třeba se držet směřování k cíli.

#### **Struktura práce / obsahové záležitosti:**

Diplomantka ke své práci využila nejen zkušenosti ze studia bakalářské a nyní završujícího se magisterského na ÚISK FF UK, také její praxe a zájmu o nová média, ale zároveň se zde projevila kladně její stáž v rámci programu *Erasmus*, kdy se tématu začala v podstatě věnovat. Její zájem je nejen o témata informačního průmyslu, ale i o nová média, která si samostatně nebo na přednáškách studovala.

V první části diplomové práce 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. Považuji za vhodné, že si diplomantka sestudovala a základně shrnula změny pojetí marketingu a jejich uplatnění v sociálních sítích, ujasnila si základně sociální sítě a jejich strukturaci. Ale je nutné vidět důraz ne na principy sociálních sítí a nástrojů, ale jejich zakomponování do strategií databázových center a dalších subjektů informačního průmyslu. I pro tento účel bylo nutné nastínit, jak marketing takových korporací je provozován.

Vlastní průzkum s přijatelným vzorkem respondentů (větší kvantitu jsem nedoporučil, stačí brát jako sondu, doplnit analýzou např. webových stránek) diplomantce pak ukázal zajímavé příležitosti, ale i předpokládané rezervy a bariéry ve využívání prostředků sociálních sítí ve prospěch marketingu jejich informačních služeb.

Oceňuji zpracování tohoto tématu, neboť nebylo ve světě ani u nás komplexně zpracováno, většinou jen na úrovni zmínek, dílčích článků, anebo by byla diplomantka naopak zaplavena literaturou z internetu o využití marketingu v sociálních médiích, ale na jiných produktech naprosto irelevantních pro téma diplomantky. Jsou zde specifické skupiny uživatelů a zákazníků a marketingové kanály databázových center a podobných institucí musí pracovat úplně jinak, než si někdo představuje v jiných komoditách. Téma přineslo i řadu výstupů a inspirací, které však už nejsou z důvodu rozsahu použité v této práci a možná bude stát za zamýšlení téma ještě dále rozpracovat v rigorózní práci, ale to nechávám na vývoji obhajoby a budoucího zájmu diplomantky, jejíž práci ale rozhodně doporučuji k obhajobě.

**Výběr informačních pramenů:**

Bez výhrad.

**Stylistická a gramatická úroveň práce:**

Bez výhrad, autorka psala text nejen odborně, ale zároveň čtivě.

**Formální a grafická úprava práce:**

Velmi kvalitní.

**Závěr:**

Předloženou diplomovou práci doporučuji k obhajobě a hodnotím stupněm **v ý b o r n ě**.

V Praze dne 30.1. 2013

***Richard Papík, v.r.***