UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
Fakulta sociálních věd
Institut komunikačních studií a žurnalistiky

POSUDEK BAKALÁŘSKÉ DIPLOMOVÉ PRÁCE

POZOR: V počítači vyplňujte pouze do šedivých políček!

Typ posudku („kliknutím“ zakřížkujte platnou variantu)
Posudek vedoucí/ho práce ☒ Posudek oponenta/ky ☐

Autor/ka práce
Příjmení a jméno: Logojda Jiří
Název práce: Komunikace finančních institucí v sociálních médiích na příkladu značky Era

Autor/ka posudku
Příjmení a jméno: Máchová Eva
Pracoviště: IKSŽ FSV UK, Katedra marketingové komunikace a PR

1. VZTAH SCHVÁLENÝCH TEZÍ A VÝSLEDNÉ PRÁCE („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

		Odpovídá schváleným tezím	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné a je vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení je v práci zdůvodněné, ale není vhodné	Odchyluje se od tezí, odchýlení není v práci zdůvodněné a není vhodné	Neodpovídá schváleným tezím
1.1	Cíl práce	☒	☐	☐	☐	☐
1.2	Technika práce	☒	☐	☐	☐	☐
1.3	Struktura práce	☐	☒	☐	☐	☐

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení vztahu tezí a práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Bakalářská práce odpovídá schváleným tezím, drobné odchylky v podrobné struktuře, které vyplynuly z detailního uchopení tématu, jsou spíše přínosem pro celkové pochopení práce.

2. HODNOCENÍ OBSAHU VÝSLEDNÉ PRÁCE
Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – nedostatečné)

		Hodnocení známkou
2.1	Relativní úplnost zpracované literatury ke zvolenému tématu	2
2.2	Pochopení zpracované literatury a schopnost ji aplikovat	2
2.3	Zvládnutí zvolené techniky zpracování materiálu	2
2.4	Logičnost výkladu, podloženost závěrů	2

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení obsahu výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)
Vzhledem k tématu hodnotím zdroje jako dostaečné, navíc oceňuji získání konkrétních dat pro případovou studii, která učinila práci přínosnější a více vypovídající.

3. HODNOCENÍ KONEČNÉ PODOBY VÝSLEDNÉ PRÁCE
Vyplňujte číslicí na škále 1 – 2 – 3 – 4 – 5 (výborné – velmi dobré – dobré – dostatečné – nedostatečné)

		Hodnocení známkou
3.1	Struktura práce	2
3.2	Funkčnost a přiměřenost poznámkového aparátu a odkazů	2
3.3	Dodržení citační normy (pokud se v textu opakovaně objevují pasáže přejaté bez udání zdroje, hodnoťte stupněm 5. Pokud v textu zjistíte přejaté pasáže vydávané neoprávněně autorem za vlastní zjištění, nedoporučte práci k obhajobě a ve „zdůvodnění v případě nedoporučení“ navrhněte, aby s autorem bylo zahájeno disciplinární řízení.)	2
3.4	Jazyková a stylistická úroveň práce (pokud je opakovaně porušována platná kodifikace pravopisné normy, hodnoťte stupněm 5)	2
3.5	Oprávněnost a vhodnost příloh, grafická úprava práce	2

KOMENTÁŘ (slovní hodnocení podoby výsledné práce, případně konkrétní popis hlavních výtek)

4. SHRNUJÍCÍ KOMENTÁŘ HODNOTITELE/KY (celkové hodnocení výsledné práce, její silné a slabé stránky, původnost zpracování tématu apod.)
Bakalářská práce zaměřená na finanční instituce velice detailně popisuje specifika tohoto segmentu, který je primárně pro komunikaci na sociálních sítí velice "ošemetný". Z povahy finančních institucí, které velice těžko míří na emoce lidí, se jeví využití sociálních sítí v marketingové komunikaci jako dost problematické. Student ovšem na konkrétních příkladech a detailním rozboru značky Era dokázal, že je to možné a že přínosy této komunikace jsou evidentní. Časové zařazení případové studie ukazovalo značku Era jako průkopníka využití sociálních sítí v komunikační strategii a v současné době, kdy stále rostou uživatelé sociálních sítí je patrné, že to byla správná cesta a mnoho dalších finančních institucí úspěšně zařazuje sociální sítě do svého marketingového mixu. V tomto zjištění vidím hlavním přínos práce. Oceňuji také "ostrá data", která student použil pro demonstraci efektivního využití sociálních sítí, která výrazně napomohla tomu, že práce může užitečným nástrojem - případovou studií - pro samotné marketéry v oblastí komunikace finančních institucí. Dostatek ukázek a materiálů konkrétních aktivit Ery je dalším plusem práce. Přestože téma populárního marketingu na sociálních sítích může být velice povrchní, vzhledem k zúžení na finanční instituce a jejich specifika je práce zajímavá a užitečná.

5. OTÁZKY NEBO NÁMĚTY, K NIMŽ SE PŘI OBHAJOBĚ DIPLOMANT(KA) MUSÍ VYJÁDŘIT:

5.1	Jak se změnila komunikace na soc. sítích od dob Ery, jak komunikují finanční insituce v současné době? Uveďte příklady konkurence, zhodnoťte jejich aktivity, uveďte konkrétní příklady.
5.2	Jaké zádrhele a rizika přináší komunikace na soc. sítích finančním institucím, potažmo firmám z komerční sektoru obecně.

6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA („kliknutím“ zakřížkujte vybrané hodnocení)

výborně ☐ – velmi dobře ☒ – dobře ☐ – nedoporučuji k obhajobě ☐

ZDŮVODNĚNÍ V PŘÍPADĚ NEDOPORUČENÍ

Datum: …… Podpis: ……..

Hotový posudek vytiskněte, podepište a odevzdejte ve dvou kopiích i zašlete elektronicky na adresu sekretariátu příslušné katedry!