

Posudek diplomové práce Terezy Bečvařkové na téma

Využití marketingu v sociálních médiích

Marketing v sociálních sítích patří mezi běžná témata novomediálního zkoumání. Většinou se tak děje spíše na základě případových studií či jiného typu analýz. Tereza Bečvařková se tohoto „prolákého“ tématu ovšem zhostila z pohledu poměrně neobvyklého, totiž z pohledu mediálních a podobných agentur. Ty byly s nástupem internetu nuceny začít nabízet i služby v této oblasti. Jádrem její práce je proto kvalitativní – dotazníkový výzkum u předních agentur a jeho analýza. Z tohoto pohledu se jedná o práci svým způsobem unikátní.

Bohužel ale snaha diplomantky naráží na nevyrovnanou stylistickou i terminologickou úroveň takže občas zanikají silná místa práce, mezi něž bezesporu patří samotný kvalitativní výzkum, který dobře mapuje současnou situaci a určitou bezradnost agentur v nové době.

I přes námitky navrhuji hodnotit práci jako velmi dobrou.

V Praze 31. 5. 2011

Josef Šlerka