

Abstrakt práce

1. Téma práce: Sociálne siete ako marketingový nástroj
2. Meno autora: Bc. Matúš Spišiak
3. Ročník a odbor štúdia: prvý ročník inžinierskeho štúdia odboru ekonomika a manažment malých a stredných podnikov
4. Konzultant/vedúci práce: Ing. Marcel Chovanec
5. Obsah:
 - a) cieľ riešenia: Cieľom práce je hľadať relevantné informácie o možnostiach vedenia on-line marketingovej kampane. Okrem možnosti ako začať riešiť svoj vstup na sociálne siete sme riešili aj personálnu a finančnú záťaž. Výskumom v oblasti marketingu pomocou sociálnych médií sa budeme snažiť zistiť ako by mal podnik efektívne riadiť svoju kampaň na internetovej platforme Facebook a ako by mal prirodzene rozvíjať svoje pôsobenie v rámci internetu.
 - b) obsah riešenia: Práca je obsahovo zameraná na zber dostupných informácií o sociálnych médiách a sieťach. Teoretické poznatky sme čerpali najmä zo zahraničnej literatúry a na samotných sociálnych sieťach. Problematiku využívania sociálnych sietí ako marketingového nástroja sme podrobnejšie rozpracovali na ako prípadovú štúdiu malej spoločnosti, ktorá sa snaží etablovať na lokálnom trhu.
 - c) dosiahnuté výsledky: Svoje zistenia a závery sme zhodnotili v poslednej časti práce. Problémom pri spracovávaní je obmedzenie rozsahu tejto práce, preto sme sa zamerali iba na jednu aplikáciu – Facebook. Je preto nemožné porovnať jednotlivé sociálne siete a efektívnosť reklamy podľa jednotlivých sociálnych médií. Svoje odporúčania sme vyjadrili v závere práce a vychádzali sme z dostupných informácií a efektívnou vynaložených prostriedkov z krátkodobého hľadiska.

6. Kľúčové slová (3-5 slov) Marketing, sociálne siete, Facebook,