

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2015/2016

Jméno studenta: Martina Weberová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Sociální média jako nástroj komunikace mikropodniku
Hodnotitel – oponent: Petr Janeček
Podnik – firma: ZČU FEK

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (rešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Přístup autora k řešení problematiky práce
- O) Celkový dojem z práce

	1	2	3	4	N
A)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

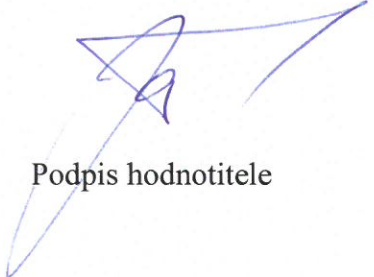
Autorka zpracovala velmi aktuální téma moderní marketingové komunikace mikropodniku. Teoretická část práce obsahuje celou řadu velmi aktuálních a specifických informací. Přesto by bylo vhodné uvést práci do vztahu k obecným pojmům jako je marketing a marketingová komunikace. Marketingová komunikace je v práci zařazena na špatném místě, což způsobuje vnímání MK jako součásti využití sociálních médií, což není vhodné. Praktická část zahrnuje uvedení příkladů dobré praxe a dále analýzu komunikace vybraného subjektu s využitím benchmarkingu. Autorka dále navrhuje "strategii marketingové komunikace". Domnívám se, že by bylo vhodnější zaměřit se pouze na plán marketingové komunikace vzhledem k charakteru a rozsahu práce. Návrh neobsahuje vazbu na podnikovou strategii, ze které by měla strategie komunikace vycházet. Po formální stránce je práce v pořádku. Autorka se dopustila řady předklepů a chyb (např. 7, 11, 16, 17, 19,...). Také často zaměňovala styl psaní textu v 1. osobě jednotného a množného čísla, což působí neobdobně. Něketřé výroky nejsou zcela přesné (např. strana 13 reklamní sdělení vs. komunikace). Obrázek na str. 12 není čitelný. Práce i přes výše uvedené splňuje požadavky na kvalifikační práci v bakalářském stupni studia

a přináší zajímavá zjištění především pro zkoumaný podnik. Doporučuji ji k obhajobě s kvalifikačním stupněm velmi dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Jaké náklady se pojí s Vámi navrženými doporučeními pro firmu Edukuj?
Jaká máte názor na využití sociálních sítí ve vzdělávacím procesu?

V Plzni, dne 11. 5. 2016


Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹ Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

² Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

³ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz www.fek.zcu.cz). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).