

## HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2017/2018

**Jméno studenta:** Jan Mihulka  
**Studijní obor/zaměření:** Podniková ekonomika a management / KMO  
**Téma diplomové práce:** Komparace marketingové komunikace univerzit v ČR na jejich www stránkách a jejich branding

**Hodnotitel – vedoucí práce:** doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.

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

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Do Portálu ZČU byl zadaný tento výsledek kontroly plagiátorství<sup>1</sup>:**

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:<sup>2</sup>

**výborně**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>3</sup>**

Práce představuje aplikaci marketingu do prostředí českých univerzit a jejich marketingové komunikace na sociální síti, jež je pro ně velmi významným komunikačním kanálem. Autor přistupoval ke zpracování práce velmi zodpovědně, často konzultoval, sám si prohluboval své znalosti a dovednosti při seznamování se s použitými výzkumnými nástroji a potom vždy postupy i design výzkumu konzultoval s vedoucím práce. Tento jeho odpovědný přístup se odrazil ve zpracování vcelmi zajímavé diplomové práce s výstupy, jež rozvíjejí naše poznání marketingu na internetu v aplikaci na specifickou oblast.

V teoretické části je značná pozornost věnovaná značce a brandingů univerzit. Jsou zmíněny i trendy a výstupy ze žebříčků škol. Kapitola č. 3 se potom věnuje sociálním sítím a marketingové komunikaci na sociálních sítích. Na s. 45 začíná popis designu výzkumu a následuje popis zvolených nástrojů

Power BI a Netvizz. Následně autor uvedl základní informace o sledovaných subjektech a od s. 64 v kapitole č. 5 najdeme výstupy z kvantitativní části výzkumu. Je zde řada přehledů základních dat, viz tabulka č. 11 na s. 66. Velmi zajímavý je přehled sezónnosti příspěvků na s. 68 a 69 či vývoj aktivit na Facebooku na s. 71 a 72. Následuje aplikace základního ukazatele efektivity zapojení uživatelů, jež graduje výstupy na s. 78 a 79 a nakonec přehledem nejúspěšnější komunikace dle sledovaných dat na s. 81.

Kvalitativní část výzkumu od s. 83 využívá poznatků z kvantitativní části a následně marketingově hodnotí příspěvky s nejlepším ukazatelem reakcí uživatelů. Autor popsal 10 nejlepších příspěvků ze sledovaného souboru dat.

Práce také dokumentuje možnost hodnocení marketérů univerzit v zaměření na sociální síť Facebook.

#### **Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>4</sup>**

Jaká jsou tedy základní doporučení pro marketéra univerzity pro jeho práci na Facebooku?

V Plzni, dne 30. 4. 2018

  
Podpis hodnotitele