



HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

Jméno studenta: Kristýna Kučňirova
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Facebook jako komunikační nástroj pro 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 type="checkbox"/> | <input checked="" 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 zadán tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:²

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Velmi zajímavá diplomová práce analyzuje komunikaci známé české firmy z oblasti sportu Hannah na Facebooku. Autorka zpracovala práci se zájmem a velmi odpovědně, aktivně konzultovala. Nejdříve je zpracován úvod k marketingové komunikaci s důrazem na digitální marketing a v tom na komunikaci s využitím sociálních médií. Následuje základní popis k branding. Potom je pozornost věnovaná sociálním médiím, sociálním sítím a zejména Facebooku a to ve vztahu k ČR. Od s. 38 je popsán design výzkumu. Je posána společnost Hannah. Autorka potom pracně získala data z profilu společnosti na Facebooku za roky 2018 a 2019, strukturovala si je a připravila pro následnou analýzu. Na stranách 42/43 jsou stanoveny specifické výzkumné otázky a hypotézy. Následují relevantní ukázky příkladů a potom již základní kvantitativní analýza dat. Jasně je prokázáno, že největšího engagementu dosahují soutěže. Na s. 55 je engagement rate pro oba roky a profil společnosti na Facebooku a následuje

analýza dle typu příspěvků. Dále autorka realizovala word cloud analýzu, která je přínosná pro diskusi o obsahovém marketingu (vše je v práci přehledně dokumentováno).

Závěry jsou od s. 78 zpracovány ve formě výzkumné zprávy včetně vyjádření s k věcným hypotézám.

Klíčová slova jsou shrnuta v tabulce č. 12 na s. 79.

Práce obsahuje řadu relevantních zdrojů a příloha č. 1 dokumentuje, jak byla zachycena data z Facebooku. Jedná se o velmi zajímavou studii ve vztahu k marketingu na sociálních sítích v kontextu ČR.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Přesto, že práce byla realizována nezávisle na firmě Hannah, uvažujte o jejím poskytnutí zástupci marketingu této firmy? Jaké je vaše hlavní doporučení pro marketing na sociálních sítích pro podobné firmy?

V Plzni, dne 27. 5. 2020

Podpis hodnotitele