

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2020/2021

**Jméno studenta:** Karolína Ornsteinová  
**Plzeň**  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Využití nástrojů online marketingu ve vybrané společnosti

**Hodnotitel – oponent:** Ing. David Prantl, Ph.D.

**Podnik – firma:**

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

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (řešeršní 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
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**velmi dobře**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>**

Práce se zabývá využitím sociálních sítí v marketingové komunikaci univerzity. Zaměření práce se více mohlo promítnout i v názvu samotné práce. Teoretická část vhodně shrnuje poznatky o sociálních sítích s použitím dostatečného počtu zdrojů. Členění práce do jednotlivých kapitol by ovšem mohlo být přehlednější. Nepřehlednost práce se bohužel projevuje také v praktické části. Například na straně 25 je uvedeno: "V následujících tabulkách a obrázcích je znázorněno několik faktorů, které je potřeba při hodnocení výsledků výzkumného šetření zohlednit." přitom vůbec není patrné, o jaké obrázky, faktory nebo tabulky se vlastně jedná (pod uvedeným textem je umístěna jen jedna tabulka bez faktorů). Podobné nepřehlednosti a nepřesnosti doprovází celou práci. Cíle výzkumu a výzkumné otázky jsou zvoleny vhodně. Následný výzkum opět obsahuje několik nepřesností. Například návštěvnost sociálních sítí je hodnocena podle počtu lajků profilu a sledujících, což v klasickém chápání slova návštěvnost není správný přístup (pokud je v práci dané slovo vnímáno jinak, tak by mělo být vhodně zdefinováno). V závěru práce jsou zodpovězeny výzkumné otázky a splněny cíle práce. Doporučení pro univerzity u některých otázek ovšem

chybí (například u otázky "Jaké množství hashtagů a lajků používají vybrané fakulty v České republice?" žádná relevantní doporučení k používání hashtagů uvedena nejsou).

**Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>**

Jak doporučujete využívat hashtagy na profilech a jaké mohou mít přínosy?  
Bylo zkoumáno i využití sítě TikTok (jestli už nějaké univerzity zkouší tuto síť)?

V Plzni, dne 24.8.2021

Podpis hodnotitele