



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2021/2022

Jméno studenta: Dominik Holeček
Studijní obor: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Politický marketing zvolených politických stran se zaměřením na sociální média - volby do Poslanecké sněmovny České republiky 2021

Hodnotitel – oponent: Ing. Lenka Holubová

Podnik/organizace oponenta: FEK ZČU

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

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

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Předkládaná bakalářská práce je zaměřena na politický marketing, konkrétně využití sociálních médií stranami v uplynulých volbách do Poslanecké sněmovny. V úvodní kapitole autor popisuje základní pojmy pro práci nezbytné, ale i pojmy, kterými zbytečně odbíhá od tématu (např. globalizace, zasazení do kontextu ČR), kdyby se více věnoval rozpracování možností využití sociálních sítí, popř. doplnil text o uživanosti jednotlivých sítí o data za ČR, bylo by to pro práci přínosnější. Autor nejasně pracuje s pojmy např. propagace, politická komunikace, socialismus a komunismus. Největší chaos je však v používání pojmů sociální sítě a média. V textu místy chybí zdroje (např. s. 21, 24, na s. 41 chybí zdroj i u přímé citace, u tabulek 3 - 12 chybí ve zdrojích použitý software jako zdroj dat) popřípadě text neobsahuje nadpisem avizovaný obsah např. kapitola 1.5.3 a text pod ní neobsahuje nic ke strategii. Největší zádrhel práce vidím v čistě kvantitativním pohledu na příspěvky v kapitole 4 a pojetí "více je lépe". Škoda, že autor nezkusil příspěvky groupovat do tématických sekcí a ty pak analyzovat a porovnat, stejně tak nezkusil ani hledat nejlepší a nejhorší příspěvky a charakter reakcí lidí na ně. Holé konstatování počtu retweetů bez uvedení jejich obsahu nebo původu je pro vyvození závěrů nic neříkající stejně jako ostatní strohá čísla o počtu

příspěvků a reakcí v tabulkách. Hovořit o "výkonosti politických stran" (s. 63) na základě počtu postů považuji přinejmenším za diskutabilní. Kdyby se autor zaměřil detailně na 2-3 politické strany a analyzoval by i obsah příspěvků a charakter reakcí, byly by závěry práce výrazně uchopitelnější. Doporučení jsou nekonkrétní, očekávala bych detailnější rozpracování. I přes uvedené nedostatky hodnotím práci jako "velmi dobrou".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

1. Definujte pojem propagace. V práci je jednou použit jako synonymum komunikace (s. 13), podruhé jej řadíte pod komunikaci (s. 18).
2. Proveďte alespoň částečnou analýzu charakteru komentářů u SPD a ANO a komentujte, zda je opravdu vhodné všechny reakce brát jako pozitivní bod do statistiky.

V Plzni, dne 24.05.2022

Podpis hodnotitele