



## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2022/2023

Jméno studenta: Jan Voda  
Studijní program: Marketingové řízení  
Téma bakalářské práce: Komunikace vybrané firmy na internetu

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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (řešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadán tento výsledek kontroly plagiátorství:

Posouzeno

Posouzeno – podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

**velmi dobře**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:**

Cíl práce je definován na s. 7 v úvodu práce. Teoretický vstup začíná pojednáním o marketingové komunikaci s využitím dostupné základní literatury. Druhá kapitola prohlubuje informaci se zaměřením na komunikační mix. Následuje pojednání o WOM a modelu AIDAS. Zde je to výpisek z jednoho zdroje, což není vhodná úroveň u bakalářské práce. Podobně student postupoval u modelu See-Think-Do-Care a svědčí to o jeho ne příliš zodpovědném přístupu v první fázi zpracování předložené práce. Od s. 18 stručně objasňuje digitální marketing a správně zdůrazňuje podmínky pro jeho využití v ČR z hlediska uživatelů internetu a smart phone apod. Potom se zaměřil na vybrané sociální sítě.

Na s. 24 začíná popis firmy Ambiente, která je sítí restaurací. Autor si potom zvolil restauraci Eska a popisuje její webovou stránku od s. 28. Hodnocení uzavírá osobním vyjádřením na s. 30 dole. Následuje stručný popis profilů restaurace na Facebooku a Instagramu.

Následuje porovnání s konkurencí s využitím metodologie z předmětu MINT, která vychází z původní metodologie WEBTOP 100. Popis oddílů a zpracování přehledů v tabulkách jsou standardní a vhodně realizované. Závěr je na s. 43.

Následuje analýza sociálních sítí, využití nástroje ZoomSphere se závěrem na s. 47 a 48.

Návrhy na zlepšení jsou prezentované od s. 49. Autor se zaměřil na využití sítě TikTok, ale upozorňuje i na možná rizika. Následně uvedl rozpočet na člověka pro správu komunikace na sociální síti, což je částečně relevantní návrhu, asi ne zcela možnostem restaurace. Nicméně je potřebné s tím kalkulovat.

Celkově lze předloženou práci hodnotit velmi dobře.

### **Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:**

Jak je možné aktivizovat uživatele sociálních sítí v kontextu toho, že se jedná o restauraci? Jak dosáhnout toho, aby to přispělo i k obratu a zisku restaurace?

V Plzni, dne 2. 5. 2023

Podpis hodnotitele