

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

**Jméno studenta:** Julie Urbaníková  
**Studijní obor/zaměření:** Marketingové řízení  
**Téma bakalářské práce:** Analýza marketingové komunikace vybraného hudebního tělesa

**Hodnotitel – oponent:** Ing. Michal Mičík, Ph.D.  
**Podnik – firma:** KMO FEK ZČU

**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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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 checked="" 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 checked="" 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 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 checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

**dobře**

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

V předložené práci se studentka zabývá marketingovou komunikací vybrané hudební skupiny. Cíl práce je uveden v jejím úvodu. V první kapitole studentka dává do kontextu zvolené téma práce s marketingovým řízením. Je zde představen art marketing, marketingová komunikace a marketingový výzkum. V kapitole 2 je představen K-pop. Takto kapitola je svou délkou velmi nevyvážená, logičtější by bylo začlenit ji pod následující kapitolu 3, ve které je ilustrován dosah hudebního žánru K-pop. Celkově je literární rešerše provedena správně, autorka využívá jak domácí, tak zahraniční odborné zdroje.

V kapitole 5 je představena vybraná skupina (což je daleko lepší označení než vybrané těleso). Studentka na základě sekundárních dat (proběhlých průzkumů) představuje cílovou skupinu vybraného subjektu. V kapitole 6 je představen ekonomický význam vybraného subjektu pro zemi, ze které pochází. V následující kapitole studentka představuje globální marketingové aktivity vybraného subjektu. Zde velmi chybí větší zaměření na samotný jihokorejský trh, neboť většina předchozího textu práce byla zaměřena právě na něj. Obsahem kapitoly 8 a 9 je primární výzkum. Výzkumný problém tak, jak ho autorka formulovala, není výzkumným problémem; jedná se spíše o cíl. Dílčí cíle nejsou cíli, jedná se o kroky v sestavení dotazníku. V samotném dotazníku je celá řada problematických otázek:

- otázka 3 – slovo poprvé logicky znamená výběr pouze jedné odpovědi (ne více odpovědí),
- u otázky 9 jsou defacto prohozené škály, neboť respondenti odpovídají na negativně položenou otázku,
- otázka 12 je nejednoznačná a navíc spekulativní,
- otázka 13 – strukturované dotazníky z logicky věci nejsou vhodné pro sběr kvalitativních odpovědí; namísto toho mohla autorka využít např. focus groups.

Deskriptivní statistika je provedena bez jakékoliv snahy o analýzu dat; v předešlé části práce je jasně specifikovaná cílová skupina (mladé ženy), z dotazníkových dat se ale čtenář nedozví, zda tato cílová skupina poslouchá skupinu i v ČR, tedy kdo je z oněch 588 respondentů jak starý a jakého pohlaví. Co se týká provedené statistické analýzy, použití Chí kvadrát testu nezávislosti bylo u všech hypotéz provedeno nesprávně. Tento test lze použít pouze v případě, pokud maximálně 20 % očekávaných četností je menších než 5 a žádná není menší než 2. To, co studentka označuje jako nominální proměnnou (Zapojování do kontentu na soc. sítích), není nominální proměnnou. Jelikož všechny testy byly zvoleny špatně, výsledky (resp. vyhodnocení a interpretace) v kapitole 9.2 týkající se hypotéz nejsou validní. Interpretace výsledků není navíc provedena s odpovídající terminologií – nic jako těsnost závislosti neexistuje (jedná se o těsnost vztahu), stejně tak těsnost není těsná, ale buď nízká nebo vysoká. Na jednu stranu je nutné ocenit studentčinu snahu o statistickou analýzu, na druhou stranu je nutné ale vybrat pro takovou analýzu validní testy (jinak provedená analýza postrádá jakýkoliv smysl).

V celé práci je jasně patrné autorčinou zaujetí daným tématem, které má však na celkové hodnocení negativní vliv. V práci se totiž vyskytuje velké množství subjektivních hodnocení, které by si měl tvořit čtenář a ne autor (slova jako dokonce, bohužel, zajímavější). V rámci literární rešerše je vhodnější používat primární odborné zdroje než skripta. Autorka se nevyvarovala občasných neobratných formulací a jazykových nepřeností.

Celkově má práce velmi povedenou teoretickou část, kde studentka velmi pěkně představila zvolené téma v kontextu, které na první pohled na název práce není jasný. Rešerše je provedená kvalitně, autorka prokázala schopnost práce se zdroji. Empirická část je hlavně z důvodu nepřesností v dotazníku a špatného výběru testů pro vyhodnocení hypotéz výrazně méně kvalitní. Jelikož byly testy provedeny špatně, nemohou platit odpovědi na SO a tím pádem nebyl zcela splněn cíl práce tak, jak byl v úvodu formulován. Práci hodnotím spíše jako dobrou než nevyhovující, nicméně bude velmi záležet na její obhajobě.

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

Proč je kapitola 7 zaměřená spíše globálně než na samotný jihokorejský trh?

Přeformulujte výzkumný problém tak, aby korespondoval s formulovaným cílem výzkumu.

Jaké jsou demografické statistiky respondentů, kteří v ČR poslouchají danou skupinu?

Přepočítejte všechny Vámi analyzované vztahy s využitím odpovídajících testů. Změnilo se nějak vyhodnocení hypotéz? Změnily se nějak odpovědi na SO?