

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

Jméno studenta: Klára Hřebcová
Studijní obor/zaměření: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Reklama na sociálních sítích jako nástroj propagace restaurace

Hodnotitel – vedoucí práce: magistra Liuba Turchyn, kandidát ekonomických věd

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 (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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Tato bakalářská práce je napsána na velmi aktuální téma praktického zaměření s ohledem na trendy ve využívání sociálních sítí v marketingových aktivitách podniků. Hlavním cílem této bakalářské práce bylo prozkoumat a porovnat marketingovou a komunikační strategii restaurací na sociálních sítích na základě ukazatele Engagement Rate by Post a zjistit, na jaké typy příspěvků uživatelé nejvíce reagují.

V první části této práce autorka představuje teorie, vysvětluje pojmy marketingový mix, marketingová komunikace, propagace a zejména propagace restaurace, a také vysvětluje koncept marketingu na internetu, přičemž se zaměřuje zejména na využití sociálních médií Facebook a Instagram. Pozitivní stránkou této bakalářské práce je, že autorka uvedla velké množství grafického materiálu a tabulek.

Obrázek č. 5 na straně 25 však není technicky správný, i když základní informace z tohoto obrázku jsou jasné.

V další části bakalářské práce autorka popisuje metodiku výzkumu a průběh studie. Ráda bych vyzdvihla autorčinu pečlivost, neboť její výzkum byl poměrně časově náročný. Zkoumanými restauracemi byly Lokál Pod Divadlem, Potrefená Husa Plzeň, Pizzeria Da Pietro, Martinská Osteria a Da Pietro Grill, které autorka zvolila na základě dotazníkového šetření. Pro každou restauraci autorka kódovala příspěvky za 6 měsíců v průběhu roku 2023, vždy ob jeden měsíc. Příspěvky analyzovala, vyhodnotila a poté identifikovala klíčové faktory, které byly v úspěšných příspěvcích na základě výpočtu Engagement Rate by Post. Na podobném principu analyzovala neúspěšné příspěvky. Na základě výzkumu a analýzy autorka vypracovala doporučení pro budoucí praxi v restauracích.

Tato práce je dobře napsaná, ale má i některé nedostatky. Autorka některé části textu napsala v 1. osobě jednotného čísla, což považuji za jeden z formálních nedostatků této práce. Hodnotím znamkou velmi dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Popište, prosím, v čem je hlavní přínos teoretické a praktické části této práce.

V Plzni, dne 24.5.2024

Podpis hodnotitele