

## 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 – oponent:** Doc. Ing. Petr Štumpf, Ph.D.

**Podnik – firma:**

<b>Kritéria hodnocení:</b>	<b>(1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>N</b>
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 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 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 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:<sup>1</sup>

**velmi dobře**

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

Cílem práce je prozkoumat a porovnat marketingovou strategii restaurací na sociálních sítích na základě ukazatele Engagement Rate by Post a zjistit, na jaké typy příspěvků uživatelé nejvíce reagují. V práci jsou však posuzovány spíše taktické nástroje marketingové komunikace než marketingová strategie.

Z hlediska teoretického základu autorka vhodně aplikuje základní principy marketingu na prostředí restaurací, postrádám ale více kritické zhodnocení současného stavu poznání, takto jde spíše o kompilát. Některé části řešerše jsou citovány pouze z omezeného množství zdrojů (Kotler, Karlíček apod.). Přímé citace neodpovídají požadované citační normě.

Jazyková stránka práce vykazuje stylistické chyby, autorka píše v některých částech v první osobě.

Výsledky analýz přináší zajímavé poznatky a užitečné informace hodnoceným restauracím, ze kterých lze čerpat pro praktické využití a doporučení. Doporučení autorka uvádí už v analytické části, vhodnější by bylo je oddělit v samostatné části. Ta se v práci vyskytuje, ale vybírá pouze nejzásadnější doporučení. Přehlednější by bylo uvést návrhy do samostatné kapitoly/podkapitoly. Návrhy však mohly být více rozpracovány, takto se v podstatě omezují pouze na doporučení.

Celkově ale práce splňuje požadavky kladené na práce tohoto typu a hodnotím ji stupněm velmi dobře.

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

1. Prosím, vysvětlete vztah mezi brandingem a marketingovou komunikací.
2. Prosím, doložte, na základě čeho navrhuje, že "není potřeba soustředit se na konkrétní hodinu či čas, kdy je dobré příspěvky přidávat" (s. 56).

V Plzni, dne 21. 5. 2024

Podpis hodnotitele