

**HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

Akademický rok 2012/2013

**Jméno studenta:** Markéta Kuželíková  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Komunitní weby a jejich význam pro marketingové aktivity firem

**Hodnotitel – oponent:** doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.  
**Podnik – firma:** FEK ZČU v Plzni

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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

**výborně**

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

Cíl práce je podrobně a strukturovaně uveden na s. 8. Obsah práce je příliš podrobný. V kapitole č. 2 nás autorka stručně seznamuje s marketingem na internetu se zaměřením na sociální sítě, kdy ale na prvním místě používá pojem komunitní web. Proč? Facebook je firma z USA s akciemi na burze, jak je tedy komunitní? Vlastnický a z hlediska legislativy asi ne, a tuto poznámku zde postrádám. Naopak kladně hodnotím, že se autorka opírá o aktuální statistické údaje při popisu cílových skupin, jejich činnosti na internetu atd. Dále již blíže popisuje přímo Facebook, profil, skupinu, stránku, aplikace a dle Bednáře (2011) i typy uživatelů. Následuje krátké pojednání k marketingu na Facebooku, kde mohlo být použito více zdrojů, jejich porovnání apod. Následuje praktická část s analýzou prezentace Staropramen na Facebooku. Zajímavé je pojednání k míře zapojení na s. 44-46 s následným komentářem k reakcím na příspěvky, protože obojí má vztah ke specifickým marketingům na sociálních sítích, což graduje na s. 49. Kapitola č. 5 je již přímo zaměřena na konkrétní komunikační kampaň. Následné stránky je možné doporučit jako případovou studii pro předmět Marketing na internetu.

Následuje inovativní návrh hry, který je logický, ale nemohu jej plně posoudit, protože nemáme k tomu dostatečné informace z praxe v tomto specifickém zaměření a museli by jej posoudit marketingoví odborníci přímo z firmy Staropramen.

Vzhledem k zpracovanému inovativnímu návrhu se přikláním k hodnocení výborně.

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

Jak vnímáte z hlediska marketingu v této oblasti spojení Gambrinusu s fotbalovou ligou? Je to i výhoda pro Facebook?

Má smysl propojovat Facebook (stránku firmy) s e-shopem např. pro dárkové předměty?

V Plzni, dne 13. 5. 2013



Podpis hodnotitele

---

Metodické poznámky:

<sup>1</sup> Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

<sup>2</sup> Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

<sup>3</sup> Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz [www.fek.zcu.cz](http://www.fek.zcu.cz)). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).