

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

Jméno studenta: Nikolašová Sofie
Studijní obor/zaměření: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Využití sociálních médií v komunikační strategii konkrétního subjektu

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.

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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 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) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 zadaný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Studentka se v práci zabývá návrhy na zlepšení online komunikace v malé firmě z oboru stavebnictví, své návrhy zčásti také realizovala. Práce má jasnou strukturu, studentka převážně čerpá z domácích zdrojů literatury ve spíše omezené šíři. V teoretické části bylo přistoupeno k omezenému představení sociálních sítí a dalších online marketingových možností s ohledem na jejich reálnou aplikovatelnost. Teoretická část má logickou strukturu, nicméně v některých pasážích převažuje inspirace jedním zdrojem (např. Burešovou, 2022). Teoretická část by mohla být celkově stručnější a v některých fázích více prakticky orientovaná (např. doporučení pro práci s některými nástroji online marketingu) a zaměřená na vybrané odvětví a jeho specifika (např. zápisy do firemních katalogů).

Ke zpracování práce přistupovala studentka zodpovědně, i když je současné zaměření práce až druhou variantou (aplikace pro původně vybraný subjekt nebylo možné zrealizovat z důvodu změny majetkové struktury firmy). Studentka průběžně komunikovala svůj postup a zapracovávala odpovědně náměty z konzultací.

V praktické části studentka představuje firmu, realizuje odpovídající situační analýzy, ve kterých srovnává marketingovou komunikaci vybraných konkurenčních firem (jejich výběr mohl být lépe zdůvodněn a analýza mohla být širší). Oceňuji srovnávací tabulky, které analýzu zpřehledňují, stejně jako o aplikaci jednoduchého bodovacího systému. A to i v oblasti výběru vhodných sociálních sítí. Zde studentka vnímala omezení vyplývající z velikosti firmy.

Komunikační plán je realistický (a tedy vlastně poměrně jednoduchý). Při realizaci navržených aktivit studentka vhodně využila i AI, a také dokázala vyřešit některé starší problematické aspekty (např. staré webové stránky). Nicméně některé části mohly být zpracovány přehledněji. Nákladovost aktivit studentka odhaduje ve vyjádření hodnoty prací, které provedla sama.

Ve finální verzi práce nacházím dílčí chyby jazykové a gramatické -např. nadpis obr. č. 24. V seznamu zdrojů netřeba uvádět jeden zdroj dvakrát (tištěný a elektronicky dostupný) - opticky to aktuálně zvětšuje rozsah použitých zdrojů.

Celkově navrhuji práci hodnotit spíše už klasifikačním stupněm velmi dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Jakého progresu ve sledovaných indikátorech online komunikace dosáhla firma mezi odevzdáním práce a její obhajobou?

V Plzni, dne 27. 5. 2024

Podpis hodnotitele