

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2013/2014

Jméno studenta: Marek Klukovský
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 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 (rešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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) 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:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Práce je zaměřena na velmi aktuální téma. Teoretický vstup ovšem začíná spíše podceněním teorie. Jen stručně je vymezen pojem marketing na s. 8, kde bych čekával vzhledem k tématu práce více informací k marketingu na internetu. Hned na další straně autor zmiňuje důležitý pojem inbound marketing, ale opět se mu více nevěnuje, neodakazuje, neporovnává, nehodnotí zdroje. Práce je zde velmi povrchní. V podkapitole č. 3 jsou stručně, ale vhodně popsány zvolené sociální sítě. Vzhledem k tématu je důležitá kapitola 3.5 zaměřená na obsahový marketing a autor zde opět postupoval velmi úsporně.

V kapitole č. 4 je stručně popsána firma se zajímavým pojednáním, jež prezentuje kulturu organizace. V empirické části od kapitoly 4.1 skutečně najdeme odborně velmi hodnotné údaje, které prezentují současné přístupy k webům při předpokládaném přechodu k Web 3.0. Autor zde využívá vlastních zkušeností ze znalostní firmy, která se věnuje problematice vztahující se k tématu práce. Přes aktuálnost a potřebnost tématu jsou tvrzení opět jen řídky podložena zdroji a čtenář spíše vnímá, že autor je odborník a tématu rozumí, ale ne zcela jej zpracovává z pohledu kvalifikační práce na univerzitě. Výjimku částečně tvoří s. 38 - 40 (a přílohy práce), kde je několik praktických příkladů, ale hned potom následuje již stručný závěr práce.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Ve vaší práci je v podstatě vynechán fenomén YouTube, proč?
Nenaplnuje i YouTube znaky komunitní komunikace? Nepodporuje stále více žádanou komunikaci prostřednictvím krátkých videí?

V Plzni, dne 16. 5. 2014



Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹ Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

² Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

³ 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). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).