



## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2013//2014

**Jméno studenta:** Jaroslav Jaššo  
**Studijní obor/zaměření:** Podniková ekonomika a management  
**Téma BP/DP:** Využití komunitních webů v konkrétní organizaci  
**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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat BP/DP klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

dobře

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

Autor práce začíná úvod k problematice zbytečně daleko v historii a naopak některá data nezachycují současnost (viz na s. 10 dole - uživatelé internetu). Vhodně si všímá změn ve výdajích na reklamu s nárůstem právě pro marketing na internetu. Používá zde ovšem i neustálené pojmy, které nedefinuje, příklad: offline marketing na s. 13. V relevantní zkratce potom již vhodně popisuje problematiku komunitních webů a Facebooku od s. 23.

Vysoce oceňuji realizaci vlastního pokusu pro odhalení problémů v marketingu na Facebooku v kapitole 3.3.3. Hned za tím následuje další podkapitola, která pro marketing na Facebooku pokládá vážné aktuální otázky, jak dál, kolik to bude stát atd.

Pro další empirickou část si autor zvolil firmu X-Trade Brokers, jež zprostředkovává obchodování na finančních trzích. Dále jsou zde uvedeny zajímavé údaje s osobními komentáři autora práce, které jsou ale relevantní tématu a dostupným datům. Porovnávání zvolených firem potom zkvalitňují získaná data od Socialbakers.com.

Určité závěrečné porovnání je shrnuto v tabulce na s. 54 a potom následuje komentář autora.

Ke škodě práce musím poznamenat prohřešky proti pravopisu a mírně zmateně uvedené zdroje, přílohy jsou relevantní. Vzhledem k formálním nedostatkům práce se kloním k hodnocení dobře.



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

Oceňuji váš kritický přístup k Facebooku s ukázkami jeho současných problémů pro marketing. Nejsou tedy očekávání firem ve vztahu k Facebooku nadhodnocené?  
Jak vnímáte oslovené propojení Facebook a YouTube? Bude to trend?

V Plzni, dne 28. 4. 2014

  
Podpis hodnotitele

---

Metodické poznámky:

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

<sup>2)</sup> Stručně zdůvodněte navrhovaný klasifikační stupeň, odůvodnění zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

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

Posudek na **DP/ BP** odevzdejte ve dvou originálních vyhotoveních (oboustranný tisk) **nejpozději do 15. 5. 2014** spolu s prací na sekretariát KPM.

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