

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2014/2015

Jméno studenta:	Markéta Kuželíková
Studijní obor/zaměření:	Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce:	Trendy marketingu na sociálních sítích a komparace se situací v ČR
Hodnotitel – oponent:	Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.
Podnik – firma:	ZČU - FEK - KMO

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (rešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Přístup autora k řešení problematiky práce
- O) Celkový dojem z práce

1	2	3	4	N
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

v ý b o r n ě

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Autorka v předložené práci řeší trendy v marketingu na sociálních sítích. Porovnává názory zahraničních expertů (ze sekundárních zdrojů) a domácích expertů (anketou - otevřené otázky). Zároveň práce poskytuje rozsáhlou syntézu sekundárních zdrojů k marketingu na internetu a marketingu na sociálních sítích. Autorka nachází rozdíl mezi názory zahraničních a domácích expertů. Výsledky mohou být jistě do jisté míry zřeslené různou metodikou zjišťování názorů českých a zahraničních expertů, ale svoji váhu autorčin výzkum určitě má. Zde by bylo zajímavé pokusit se udělat obsahovou analýzu článků i v rámci českých expertů.

Slabší stránkou práce je členění do kapitol. Použité zdroje - jejichž šíři je třeba vyzdvihnout - se při tomto způsobu citování nečíslojí, a pokud tak průběžně.

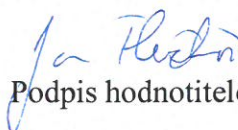
Předloženou práci navrhuji hodnotit klasifikačním stupněm výborně, rozsahem použitých zdrojů, šíří a hloubkou řešení tématu je na výborné úrovni.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Nalezla jste alespoň některé články/blogy českých expertů na digitální marketing, které by pojednávali o budoucích trendech? Pokud ano, liší se v člancích prezentované názory od výstupů Vašeho výzkumu?

Uveďte příklad několika, ideálně českých, firem, které podle Vašeho názoru využívají internet a sociální sítě na vysoké úrovni odpovídající zjištěným trendům.

V Plzni, dne 22. 5. 2015



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).