

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2016/2017

**Jméno studenta:** Anežka Opatrná  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Využití nových médií v marketingové komunikaci vybrané fakulty  
**Hodnotitel – oponent:** Michal Mičík  
**Podnik – firma:** KMO FEK ZČU

**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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a 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 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 checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

**velmi dobře**

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

V předkládané práci se studentka zabývá využitím sociálních médií v komunikaci FEK ZČU a dalších vybraných fakult v ČR. Práce má logickou strukturu a autorka vhodně komparuje zdroje. Na str. 27 se nachází vymezení sociálních médií (prostředí marketingové komunikace) podle Janoucha, nerozumím tomu, proč autorka toto vymezení opakuje, když jej již jednou uvedla na str. 20 dle Egera. Uvedené rozdělení je to nejzákladnější a daleko vhodnější by bylo zmínit detailnější rozdělení či alespoň pohledy jiných autorů, které by se od uvedeného lišily. Kapitoly 3.1. - 3.4. vychází pouze z jednoho zdroje. Oceňuji kapitolu 4 - metodika, ve které je představen plán výzkumu, objevuje se zde však několik diskutabilních skutečností, např. tvrzení, že: "... byly dle vlastního uvážení vyčleněny fakulty v západních Čechách, protože v této oblasti se dá předpokládat největší konkurenční boj s Fakultou ekonomickou na ZČU" či proč byla vybrána národohospodářská fakulta VŠE, když FEKu spíše odpovídá podnikohospodářská fakulta VŠE.

Co se týká samotné praktické části, tak k analýze zvolených fakult nemám žádné připomínky. Autorkou formulovaná doporučení mají reálný potenciál aplikace. Doporučení jsou zpracována

formou návrhu projektu, který je propracovaný a kvalitně provedený. Co se týká formální úpravy, doporučil bych, abych sloupce tabulek byly stejně široké (např. str. 46, 47, 61).

Celkově se jedná o zdařilou práci, kterou hodnotím jako "velmi dobrou" a podle průběhu obhajoby a zodpovězení otázek až "výbornou".

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

Proč jste nevybrala fakulty do hodnocení např. na základě jejich velikosti? Nebyl by takový výběr vhodnější?

Proč jste vybrala národohospodářskou fakultu VŠE místo podnikohospodářské, když píšete, že jste školy filtrovala na základě zaměření fakulty?

Jaký je mezi uživateli v ČR postoj k blogu?

V Plzni, dne 22.5.2017

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).