

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2018/2019

Jméno studenta: Simona Baslerová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Reklama na sociálních sítích

Hodnotitel – oponent: Ing. Tomáš Chlopčík
Podnik – firma: 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Autorka se ve své bakalářské práci zabývá reklamou na sociálních sítích. Teoretická část práce je kvalitně zpracována. Autorka správně uvádí různé zdroje, což by bylo v některých případech vhodné doplnit o jejich komparaci. Po formální stránce se v práci nachází drobnější nedostatky. Obsahově bych byl opatrnější s tvrzeními typu "...reklama je však veškerá forma komerční prezentace firmy či produktu..." z úvodu práce nebo "...marketingová komunikace představuje klíčovou část v marketingovém mixu 4P..." na začátku kapitoly 1.1.

Praktická část je zajímavá, oceňuji užití statistických metod pro vyhodnocení dotazníkového šetření. V dotazníkovém šetření si dávejte pozor na možné sugestivní otázky, které mohou zkreslovat výsledky vašeho výzkumu. Výzkum by byl vhodný rozšířit o samotné influencery, kteří velice výrazně hýbou světem internetového marketingu a v dnešní době jsou téměř povinností pro společnosti působící na soc. sítích. Práci hodnotím stupněm výborně.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Odpovědi na některé otázky by bylo zajímavé rozdělit dle jednotlivých soc. sítí (postačí FB, IG, YT). Z vlastní zkušenosti totiž pozoruji, že chování jednotlivých návštěvníků/zákazníků je diametrálně odlišné dle zdroje jejich akvizice. Uživatelé IG z mé zkušenosti méně často soc. síť opouští a případně zvyšují "bounce rate" nebo snižují čas strávený na webu. Dokážu si tedy představit, že v jejich případě reklama nedosahuje vysoké přímo měřitelné účinnosti. Dokážete rozpracovat odpovědi na otázku č. 4 dle 3 zmíněných soc. sítí (FB, IG, YT)? Postačí základní srovnání.

V Plzni, dne 15. 5. 2019

Podpis hodnotitele