

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

**Jméno studenta:** Simona Hubáčková  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Role sociálních médií v politickém marketingu se zaměřením na vybrané kandidáty v prezidentských volbách

**Hodnotitel – oponent:** Ing. Michal Mičík, Ph.D.

**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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (řešeršní 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 checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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

**dobře**

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

V předkládané práci se studentka zabývá rolí sociálních médií v prezidentských volbách v roce 2018. Rešeršní část má standardní strukturu. Nejdříve je popsán politický marketing. Autorka dostatečně kompiluje literatury a používá řadu zdrojů. Výtkou této části je především stáří těchto zdrojů; zdroje mladší pěti let se téměř nevyskytují. Autorka mohla využít např. odborné články z databází volně přístupných na ZČU. V druhé kapitole jsou popsána sociální média. Zde autorka pracuje s literaturou velmi dobře. V kapitole 3 probíhá představení voleb v roce 2018. Nejdříve jsou představeni kandidáti, následně jsou analyzována jejich sociální média, konkrétně FB, TW a YT. Tato analýza je dělána "ručně". Je škoda, že studentka nevyužila některý z volně dostupných nástrojů (např. ZoomSphere, SocialBakers apod). Na konci této kapitoly by čtenář jistě ocenil shrnující text celé kapitoly. V množství informací, které v kapitole jsou, se totiž čtenář ztrácí a na konci již neví, co vlastně z analýzy plyne. Já, jako čtenář, jsem si z kapitoly vzal hlavně to, že kandidáti, kteří masivně využívali sociální média, v prezidentské volbě propadli. A pokud se blíže podíváme na čísla, tak to není proto, že by je využívali špatně - tedy minimálně je využívali efektivněji než osoba, která nakonec volby vyhrála. V následující kapitole 4 studentka na vzorku 137 respondentů zjišťovala postoje voličů. Pro jeho vyhodnocení nevyužila žádné statistické metody, ani např.

neporovnávala data přes kontingenční tabulky. Na konci kapitoly opět chybí celková interpretace výsledků výzkumu. V doporučeních se čtenář dozvídá to, co již bylo patrné z analýzy SM kandidátů - že oba kandidáti, kteří ve volbách neuspěli, dělali většinu věcí správně. Ostatní návrhy jsou typu "nesdílet osobní život" nejsou příliš relevantní, neboť nebyly vyvozeny na základě dostatečně velkého vzorku respondentů. Navíc respondenti demograficky neodpovídají rozdělení voličů v ČR (bylo pracováno pouze s voliči ve věku 18-34 let).

Po přihlédnutí k výše uvedenému hodnotím práci jako "velmi dobrou" až "dobrou".

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

Myslíte si, že lidé nad 34 let nepoužívají sociální média? Proč jste nezastoupila všechny věkové skupiny potenciálních voličů (nebo alespoň většinu)?

V Plzni, dne

Podpis hodnotitele