

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
Fakulta filozofická
Katedra anglického jazyka a literatury

PROTOKOL O HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(Posudek oponenta)

Práci předložil(a) student(ka): Petra Koudelková

Název práce: Social networks and their influence on the prosperity and growth of small businesses and sole traders through paid and unpaid promotion

Oponoval: Mgr. Tomáš Hostýnek, DiS.

1. CÍL PRÁCE: V předkládané práci se studentka detailně zabývá fenoménem sociálních sítí z pohledu marketingu a jejich možnostmi využití u malých podniků v českém prostředí. Cíl práce – podat jakousi sondu do komplexního vztahu mezi malými podniky a sociálními sítěmi – se jí podařilo, s menšími výhradami, naplnit.

2. OBSAHOVÉ ZPRACOVÁNÍ: Po obsahové stránce se jedná o poměrně zajímavé téma, jehož hlavní těžiště lze nalézt v praktické části, ve které studentka provedla vlastní výzkum, prostřednictvím kterého oslovila 60 malých podniků či podnikatelů. Tuto náročnou aktivitu následně dokázala v práci vhodně zpracovat, okomentovat a opatřit diagramy. Přesto práce působí poněkud nevyváženě. Teoretická část zabírá de facto 2/3 celé práce a na stěžejní, praktickou sekci, autorka ponechala pouhých 10 stránek. Ač studentka správně vychází z Kotlerových postřehů o marketingu, následující kapitoly věnované historii sociálních sítí působí spíše povrchně. Body ovšem získává za povedené kapitoly o placené propagaci na čtyřech nejrozšířenějších platformách v České republice – Facebooku, Instagramu, Twitteru a LinkedIn. Ona krátká praktická část, ač relativně zdařilá, by jistě zasloužila nějaké závěrečné shrnutí či širší reflexi, neboť takto působí spíše jako doplněk k teorii než plnohodnotná část. O vlivu sociálních sítí na růst malých podniků se čtenář dozvídá až v samém závěru.

3. FORMÁLNÍ ÚPRAVA: Autorčin jazykový projev je spíše na průměrné úrovni. Text obsahuje četná gramatická i stylistická zaváhání a nepřesnosti. Namátkou autorka někde opakuje slova v jedné větě (nowadays), vynechává předložky či místy používá zkrácené tvary (didn't, don't). Za závažnější nedostatek považuji to, že text není zarovnaný do bloku a celá řada odstavců je ponechána zcela bez poznámkového aparátu navzdory tomu, že autorčina zdrojová základna je jinak poměrně bohatá. Na stránkách 11-15 je text zbytečně často kouskovaný a velmi nepřehledný. Otázkou také zůstává, proč v záhlaví každé stránky nalezneme jaksi nadbytečný název práce, autorčino jméno a rok. Na těch místech, kde autorka odkazuje, tak činí v souladu s citační normou.

4. STRUČNÝ KOMENTÁŘ HODNOTITELE: Celkový dojem z práce je přijatelný. Autorka se popasovala s velmi zajímavým tématem a jistě vynaložila nemalé úsilí na zpracování praktické části. Vzhledem k malému rozsahu vlastního výzkumu ovšem celá práce působí spíše jako teoretický úvod, byť vcelku povedený, do problematiky sociálních sítí a komercionalizace. Textu také ubírá na kvalitách huře zvládnutá jazyková stránka a četné výše zmíněné formální nedostatky.

5. OTÁZKY A PŘIPOMÍNKY DOPORUČENÉ K BLIŽŠÍMU VYSVĚTLENÍ PŘI OBHAJOBĚ (jedna až tři):

1. Vyberte si dvě sociální sítě a porovnejte způsoby placené propagace na těchto platformách.
2. Pohovořte o přímém marketingu a jeho formách.
3. Studentka by si mohla vybrat jednu z otázek se svého dotazníku, blíže představit získané informace a porovnat s teorií v úvodních kapitolách.

6. NAVRHOVANÁ ZNÁMKA: 2-3

Datum: 6. 8. 2020

Podpis:

SOUHLASÍ S ORIGINÁLEM