

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2020/2021

Jméno studenta: Valeriia Shvedik
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Sociální síť Instagram a možnosti jejího využití v marketingové komunikace podniku

Hodnotitel – oponent: Ing. Lenka Holubová
Podnik – firma: FEK ZČU

Kritéria hodnocení:	(1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)				
	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předkládaná bakalářská práce je zaměřena na možnosti využití Instagramu v marketingové komunikaci podniku. Autorka v úvodní části práce zpracovala teoretický úvod do problematiky, tato část je místy příliš heslovitá (např. kapitola 2.2), věty na sebe místy moc nenasazují. Zmatený je i tón psaní práce, střídání "můžete" (s. 11), "můžeme" (s. 13) a psaní opisem. Text by místy zasloužil doplnit zdroje (např. s. 7, 12, 15) nebo odborné publikace (např. kapitola 4). V praktické části autorka představuje výsledky výzkumu. Bohužel se zde autorka zaměřuje na holé konstatování výsledků, vůbec nepracuje s daty, nehledá souvislosti, nevyvozuje závěry. V textu se navíc opakovaně odkazuje na špatné obrázky a tabulky (s. 39, 41, 44, 46). Obrázky jsou místy až zbytečně obrovské, ty na s. 37-38 společně s jejich interpretací jsou zavádějící, autorka evidentně nepochopila vlastní data. Autorka také používá velmi osobité pojmy jako např. s. 48 "marketingová implementace podniku" nebo "marketingová propagace". Je velká škoda, že autorka nevěnovala pozornost korektuře textu, neboť množství gramatických a stylistických chyb je až hraniční. Práce neobsahuje vlastní návrhy na zlepšení. Celkově hodnotím práci jako "dobrou".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Na s. 51 uvádíte, že "Profilové fotografie by měly být kvalitní" - nedoporučujete používat jako profilovou fotku logo společnosti?

Na s. 51 uvádíte, že "V profilu společnosti musí být seskupené všechny zmínky a recenze kupujících v příspěvcích nebo příbězích" - např. NIVEA má na webu cca 60tis. uživatelských recenzí u produktů, jak toto aplikovat na Instagram? Opravdu mají být prezentovány všechny recenze, jak v práci uvádíte?

V Plzni, dne 31.05.2021

Podpis hodnotitele