

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2021/2022

Jméno studenta: Michal Zubanič
Studijní obor: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Vliv sociálních sítí na marketing lázeňských zařízení Karlovarského kraje

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Petr Janeček, Ph.D.

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 (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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadán tento výsledek kontroly plagiátorství:

Posouzeno

Posouzeno – podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Práce se zabývá vlivem sociální sítí na marketing lázeňských společností. Teoretická část je na obvyklé úrovni, v některých ohledech je až příliš obecná a široká. Některá témata nemají logickou návaznost, např. reklama by měla být před reklamou na sociálních sítích. V praktické části autor analyzuje úspěšnost podniků na sociálních sítích v jednotlivých lázeňských městech. Otázkou je, zda počet like je dostatečné kritérium. Dále je využito dotazníku. Data jsou poměrně zkreslena kvůli způsobu distribuce dotazníku a není na to upozorněno. Práce s daty je na průměrné úrovni. Sice jsou vypracovány kontingenční tabulky, ale po formální stránce a možnosti porozumění jsou data prezentována zmatečně. Návrhy na zlepšení jsou velmi jednoduše popsány a ne vždy jsou to myšlenky novátorské nebo komplexní. (např. nákup sledujících, funkce propagovat atd.) Některé návrhy nemají oporu v analýze. V práci se vyskytují nejasné a neodborné



výrazy (např. frekvence není špatná), což kazí dojem odborného a fundovaného hodnocení. Práce obsahuje drobné gramatické a stylistické chyby. Práci doporučuji k obhajobě s navrženou známkou dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Jaký efekt přinese nákup sledujících? Má tento ukazatel dopad na úspěšnost profilu, resp. přínos pro firmu?
Jaké jsou náklady na správu sociálních sítí? Jakými způsoby by mohly firmy řešit práci se sociálními sítěmi?

V Plzni, dne 29.5.2022

Podpis hodnotitele