

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2021/2022

Jméno studenta: Bc. Kateřina Svobodová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Marketingová komunikace vybraného podniku na sociálních médiích

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Michal Mičík, Ph.D.

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 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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" 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) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadáný tento výsledek kontroly plagiátorství:

Posouzeno

Posouzeno – podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

V předložené práci se studentka zabývá marketingovou komunikací vybraného podniku na sociálních sítích, konkrétně zlepšením této komunikace. Cíl práce je velmi přehledně rozčleněn do dílčích cílů, které jsou stanoveny jak pro teoretickou, tak pro empirickou část. Rešeršní část začíná marketingovou komunikací, kde se autorka věnuje také komunikačnímu mixu. Následuje kapitola věnovaná online marketingu. Tato kapitola je zpracována velmi komplexně. Diplomantka využila velké množství vysoce relevantních zdrojů, a to jak českých, tak zahraničních. Třetí kapitola je specificky zaměřená na sociální média. I zde studentka prokazuje schopnost cílevědomě tvořit literární rešerši. Velmi pěkně je zde zpracovaná např. kapitola 3.4.3, která se věnuje nástrojům mkt komunikace na FB.



V kapitole 4 je představena metodika empirické části práce. Ta obsahuje výzkumný problém, cíle, VO, SVO a dvě hypotézy. Pečlivě jsou představena data a spočítána jejich normalita, následně jsou vhodně vybrány neparametrické testy. V kapitole 5 je představena vybraná společnost. Je zde např. provedena i segmentace zákazníka. Na tomto základě studentka vhodně formuluje cílovou skupinu pro svůj výzkum. Naprosto logicky autorka vyvozuje nejdůležitější sociální médium pro firmu, které následně vybírá pro své zkoumání. V rámci zkoumání je nejprve proveden benchmarking vybrané firmy a jejích konkurentů - cílem zde je zjistit, jaké aktivity jsou úspěšné u konkurentů. Následují polostrukturované rozhovory, jejichž cílem je sebrat data k sestavení dotazníkového šetření. V tom diplomantka pracuje s 310 kompletními dotazníky. V rámci interpretace výsledků má čtenář možnost dozvědět se velmi zajímavé informace ohledně příspěvků, které jsou pro zákazníky nejdůležitější. V rámci analýzy také byly testovány různé varianty příspěvků. Studentka zde testuje i např. závislost výběru varianty na věku. Získané informace diplomantka dále využila v rámci mkt komunikace podniku (poznatky byly aplikovány po dobu dvou měsíců). Je také sestaven plán komunikace na měsíc květen. V závěru práce jsou ještě formulována doporučení pro marketingovou komunikaci.

V práci se vyskytuje minimum typografických chyb. Po formální stránce není práci co vytknout.

Obsahově je práce vysoce nadprůměrná. Jde o prakticky zaměřenou práci s konkrétními návrhy, které jsou navíc podpořeny čísly. Aplikace zjištěných poznatků a jejich výsledky svědčí jasně o autorčině schopnosti pracovat s daty. Jasně je také demonstrována užitečnost práce pro firmu. To vše je podtrženo hodnocením výše.

Práci hodnotím jako "výbornou".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

Existují již data, jaké bylo pořadí sociálních médií dle uživatelů v roce 2021 (nebo alespoň 2020)?

V Plzni, dne

Podpis hodnotitele