

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2022/2023

**Jméno studenta:** Jan Voda  
**Studijní program:** Marketingové řízení  
**Téma bakalářské práce:** Komunikace vybrané firmy na internetu

**Hodnotitel – oponent:** Ing. Edita Hirschauová

**Podnik/organizace oponenta:**

**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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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 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 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 checked="" 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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

**dobře**

### Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Předložená bakalářská práce se zabývá komunikací restaurace Eska na internetu. Cíl práce je definován v úvodu práce a zní: "Cílem této bakalářské práce je představit zvolenou restauraci a popsat její marketingovou komunikaci. Dále zhodnotit marketingovou komunikaci restaurace a porovnat ji s konkurencí. Posledním bodem je vytvořit návrh pro její zlepšení.". Stanovený cíl byl splněn v odpovídajícím rozsahu pro bakalářskou práci.

V teoretické části práce student vhodně pojednává např. o marketingové komunikaci, marketingovém komunikačním mixu či modelu AIDAS atd. Kvalitu a propracování teoretické části bakalářské práce značně snižují časté překlepy (str. 16, 17, 21, 29 atd.) nevhodná (hovorová) slovní spojení (str. 20, 24, 35 nebo str. 26 a 27 : " Pokud milujete vejce, tak ty zde umí skvěle připravit na více jak deset způsobů.", "Podnik otevřel v novém kabátu na stejném místě ..." str. 48 atd.) a častý výskyt gramatických chyb (čárky v souvětích) (např. na str. 18, 22, 37, 38, 50 atd.). Student se v práci vyjadřuje subjektivně ("Následující příspěvek jsem znovu náhodně vybral na ..." atd.). Na uvedené obrázky student v textu neodkazuje patričnými odkazy. V práci není vždy dodržena metodika APA7 (např. nesprávně uvedené odkazy např. (Desai, 2019) či (Přikrylová, 2019). Občasné chyby jsou i v citacích.

Empirickou částí se autor začíná zabývat od kapioly 10. Student poměrně stručně nastínil způsob hodnocení (metodiku). V závěru práce pak student podotýká "K hodnocení byla využita metodika z předmětu Marketing na internetu"). Nejsou zde např. představena konkrétní kritéria, která chce autor vyhodnocovat (ty autor uvádí až v podkapitole 10.4). Není uvedena hodnotící stupnice. Jaký je minimální a maximální počet bodů, které mohou být v rámci hodnocení uděleny.

Vhodně zpracovaná je kapitola 11, ve které se autor zaměřil na vyhodnocení dat ze sociálních sítích prostřednictvím nástroje ZoomSphere. Za přínosné taktéž považují zpracování kapitoly 13, ve které autor uvádí své návrhy na zlepšení. Poukazuje i na aktuální problematiku týkající se sociální sítě TikTok. Zásady pro vypracování práce byly splněny v odpovídajícím rozsahu pro bakalářskou práci. Vzhledem k výše uvedenému hodnotím práci stupněm "dobře".

### **Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:**

1) Na str. 37 jste u kritéria "první dojem" uvedl: "Toto kritérium je hodnoceno téměř plným počtem bodů. Prostor pro zlepšení je v tomto případě u všech reprezentantů". Navrhněte konkrétní doporučení pro zlepšení, která byste podnikům doporučil.

2) Na str. 49 uvádíte: "Aktivitou na této platformě by restaurace Eska mohla získat více zákazníků z této věkové skupiny, kteří nejsou hlavní cílovou skupinou". Jaká je podle vás cílová skupina/skupiny restaurace Eska ?

V Plzni, dne 12.5.2023

Podpis hodnotitele