

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2012/2013

Jméno studenta: Tat'ána Baslová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management
Téma diplomové práce: Efektivní využití sociální sítě pro marketingovou komunikaci organizace

Hodnotitel – vedoucí práce: doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.

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 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 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 zadaný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzen - není plagiát	<input checked="" type="checkbox"/>
Posouzen - podezřelá shoda	<input type="checkbox"/>
Posouzen - je plagiát	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:² **výborně**

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Autorka předloženou práci zpracovávala dva roky a tématu využití sociálních sítí pro marketingovou komunikaci organizací se velmi aktivně věnuje. Obojí je promítnuto do úrovně práce. Autorka staví na mnoha českých a zahraničních zdrojích, kde zejména čerpá z internetu, protože oblast marketingu na sociálních sítích se skutečně velmi dynamicky vyvíjí.

V práci je velmi kvalitně zpracován teoretický vstup a zejména kapitola č. 2 přináší skutečně aktuální přehled možností firemní komunikace na sociálních sítích a najdeme zde i úvahy k ROI.

Cílem empirické části práce bylo zdokumentovat problematiku prostřednictvím tří případových studií, aby došlo k detailnějšímu aplikačnímu poznání sledované problematiky. Na s. 45 najdeme popis



metodiky včetně odkazu na Social Scorecard. Specifičnost případů je potom celkově zmíněna v diskusi na s. 84-87 a v závěru autorka stručně podtrhává některé trendy.

Celá práce se vyznačuje skutečně výborným zpracováním a prací s velkým množstvím relevantních zdrojů. Diplomová práce bude sloužit inovaci předmětu Marketing na internetu na FEK ZČU v Plzni od dalšího akademického roku.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě⁴:

Objasněte stručně před komisí hlavní klady využití marketingové komunikace na sociální síti pro podniky a upozorněte naopak na možné nedostatky a problémy.

V Plzni, dne 5. 5. 2013


Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹ Označte výsledek kontroly plagiátorství, který jste zadal/a do Portálu ZČU a odůvodněte níže při odůvodnění klasifikačního stupně.

² Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

³ Stručně zdůvodněte navrhovaný klasifikační stupeň, odůvodnění zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

⁴ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte **vytištěný oboustranně** na sekretariát KFU, FEK ZČU nejpozději do 20. 5. 2013. Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).