



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2015/2016

Jméno studenta: David Šiška
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Politický marketing vybrané politické strany se zaměřením na sociální síť
Hodnotitel – oponent: Mgr. Hana Ovesleová
Podnik – firma: Západočeská univerzita v Plzni

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 (rešeršní 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Tématem předložené bakalářské práce je politický marketing vybrané politické strany se zaměřením na sociální síť. V první části práce se autor snaží o zasazení tématu do teoretického rámce, což se mu víceméně zdařilo. Definuje zde základní pojmy politického marketingu i vybraného komunikačního kanálu. Text nicméně pokulháva podstatně po gramatické a stylistické stránce, obsahuje velké množství balastních informací nesouvisejících s tématem a je spíše jakýmsi neumělým slepencem vlastních parafrází citované literatury. Vymezená struktura a hierarchie se v textu vytrácí a jen ztěží drží věcnou linku. Oproti praktické části, která analyzuje marketingovou komunikaci ANO na sociálních sítích, je teoretická část příliš obsáhlá a obsahuje i řadu obecných výroků, které nejsou relevantní k tématu, ani neslouží jako východiska pro praktickou analýzu. Praktická část analyzuje komunikaci ANO ve srovnání s TOP09 a ČSSD na webu, sociálních sítích Facebook, Twitter a Youtube. Zatímco Facebook je analyzován prostřednictvím analytického nástroje LikeAlyzer, analýza ostatních kanálů se spoléhá výhradně na informace o počtech followerů, tweetů a likes. Výsledná data jsou interpretována povrchně, zacílena jsou spíše na počet sledujících než na cílenou analýzu

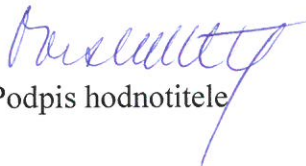


příspěvků a jejich obsahu. Absence použití dalších metrik a vlivu na měření úspěšnosti komunikace (PTAT, EdgeRank apod.) či alespoň snaha o bližší uchopení uživatelské struktury profilu (korelace mezi posts, likes a users), stejně jako použití dalších nástrojů pro analýzu a vizualizace dat (např. netwizz apod.) činí výsledná data příliš plochá a neobjektivní a následná doporučení obecná. Práci by prospělo užší zacílení a koncentrace na konkrétnější sadu dat k analýze. Práci jako celek hodnotím klasifikačním stupněm dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

1. Můžete popsat základní principy práce s analytickým nástrojem LikeAlyzer a stručně popsat jeho výhody a nevýhody? Jaké analytické nástroje byste využil pro ostatní sociální sítě, např. Twitter?
2. Jak vnímáte rozdíly mezi využitím hashtagů v různých sociálních sítích?

V Plzni, dne 23. 5. 2016


Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹ Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

² Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

³ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz www.fek.zcu.cz). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).