

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2016/2017

Jméno studenta: Bc. Lucie Urbanová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Využití sociálních medií v sektoru B2B

Hodnotitel – oponent: Ing. David Prantl
Podnik – firma: ZČU

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

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (rešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Přístup autora k řešení problematiky práce
- O) Celkový dojem z práce

	1	2	3	4	N
A)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předložená práce se zabývá využitím sociálních medií v sektoru B2B. V teoretické části jsou v první kapitole definovány základní pojmy. Druhá kapitola přibližuje sociální média. Na stránce 15 jsou rozdělena na profesní, osobní a zájmové sítě. Rozdělení ovšem nevychází z příliš vhodného zdroje a členění by bylo lepší citovat přímo z odborných zdrojů. Některá tvrzení v práci jsou zavádějící (např. na straně 19: "Umístění reklamy na Youtube je navíc i levnější než reklama v televizním vysílání, jelikož na tuto síť lze umístit video zdarma"). V následujících kapitolách je popisováno B2B prostředí a marketingový mix. Některé podkapitoly jsou ovšem v kontextu práce příliš obsáhlé a nevěnují se zvolenému tématu a zásadám práce.

V praktické části jsou analyzovány dvě firmy a jejich sociální sítě. Závěry z této analýzy jsou příliš obecné a nejsou hodnocena všechna kritéria, která autorka stanovuje na stránce 46. Přínos této analýzy není zcela zřejmý. V další části je sestaveno dotazníkové šetření. Otázky jsou zajímavé a podrobně analyzovány. V analýze by bylo zajímavé pracovat s velikostí (počtem zaměstnanců) firmy (hlavně v otázce č. 10). V poslední kapitole je uvedena případová studie, která ovšem není příliš provázána se zbytkem práce.



Cíle práce a zásady jsou splněny. Práci i přes uvedené nedostatky hodnotím jako "velmi dobrou", zejména kvůli zajímavému dotazníkovému šetření, které je v praxi využitelné.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Znáte nějaké nástroje na automatickou kvantitativní analýzu stránek na Facebooku?

Na které otázky má podle Vás největší vliv velikost firmy (u které otázky by se výsledky nejvíce lišily pro velké a malé firmy)?

V Plzni, dne 5.5.2017

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).