

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2016/2017

Jméno studenta: Anežka Opatrná
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Využití nových médií v marketingové komunikaci vybrané fakulty

Hodnotitel – vedoucí práce: Petr Janeček

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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input 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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadaný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Předložená práce se zabývá marketingovou komunikací vysokoškolské instituce s využitím nových médií. Stěžejní část práce je spatřována v návrhu systému komunikace na sociálních médiích fakulty. Práce se skládá z teoretické a praktické části. Teoretická část je založena na obecných teoretických východiscích, jako je marketingová komunikace. Dále je zaměřeno více do detailu na online komunikaci a aplikaci marketingu ve školství. Teoretická část vychází z aktuálně dostupných zdrojů. Autorka mohla obzvláště v části marketing školství využít více vlastní invence a komentářů k současnému stavu nahlížení na danou problematiku. Praktická část začíná kapitolou metodika, kde je popsán postup prací. Pro analýzu komunikace je použito komparace s vybranými fakultami. S ohledem

na rozsah práce a téma došlo po konzultaci s vedoucím k mírnému odchýlení od původního plánu, proto není dodržena jedna zásada ze zadání. Nebylo využito průzkumu na staně studentů a jejich hodnocení marketingové komunikace fakulty. Návrhová část by mohla být pro lepší přehlednost jinak řazena. Schéma týmu by bylo vhodné zařadit do prvních částí návrhu. V práci se vyskytují pravopisné a stylistické chyby (např. str. 15, 16, 22, 25, 39, 42, 57, 58, 62, 75). Studentka pravidelně konzultovala s vedoucím práce i se aktivně podílí na některých marketingových aktivitách fakulty pod vedením proděkana FEK. Práce splňuje požadavky a doporučuji ji k obhajobě se známkou velmi dobře

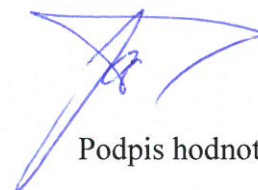
Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Jakým způsobem byste komunikovala záměr realizace projektu, abyste zajistila správný nábor studentů?

Jaké předměty by zvýšily kompetence členů týmu pro práci na projektu?

Jak byste zvýšila patriotismus u studentů naší fakulty?

V Plzni, dne 17. 5. 2017



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

⁴ 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).