

## HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2017/2018

**Jméno studenta:** Kuželíková Michaela  
**Studijní obor/zaměření:** Podniková ekonomika a management / KMO  
**Téma diplomové práce:** Komparace marketingové komunikace univerzit na sociálních sítích a jejich brand management

**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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 zadán tento výsledek kontroly plagiátorství<sup>1</sup>:**

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:<sup>2</sup>

**výborně**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>3</sup>**

Předložená práce je zpracovaná na aktuální téma. Univerzity jsou významnými organizacemi a pryč je doba, kdy marketingu věnovaly jen podřadnou pozornost. Tím, jak se studenty stávají zástupci Genarce Y, zvýšily univerzity svůj zájem i o marketing na internetu a v tom o využití marketingu na sociálních sítích.

Autorka práce pracovala velmi zodpovědně, nastudovala problematiku a v teoretické části objasnila současné přístupy ke strategii firem v komunikaci na internetu. Potom věnovala pozornost problematice sociálních médií ve vztahu k marketingové komunikaci až po zaměření na brand management. V kapitole č. 4 stručně popisuje situaci školství ve Visegrádské čtyřce, protože sledovanými subjekty jsou přední univerzity z tohoto společenství a jejich marketing na Facebooku.

Vlastní design výzkumu najdeme od strany 72 a empirický výzkum využívá sofistikovaný nástroj od firmy Socialbakers a.s. Zvolené subjekty jsou stručně popsány s porovnáním zvolených ukazatelů na s. 87. Potom již následje prezentace výstupů, jež jsou vhodně komentovány a doloženy tabulkami a obrázky. Je zde řada zajímavých výstupů, uvedu např. graf aktivit univerzit na Facebooku dle dní v týdnu na s. 107, Paretovy grafy od s. 113 atd. Od s. 115 je pro marketéry velmi zajímavá kvalitativní část výzkumu prezentující best practices z této oblasti, jež jsou aplikovatelné v další práci marketérů. Autorka v závěru upozorňuje na vývoj Facebooku i na změny v preferencích cílových skupin a přes výborné výstupy předložené diplomové práce tak vhodně uvádí i limitace výzkumu. Diplomovou práci považuji za vynikající a s autorkou je v jednání příprava odborného příspěvku pro časopis nebo konferenci s prezentováním výstupů pro odbornou veřejnost.

#### **Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>4</sup>**

Prezentujte výstup ze strany 107 a doporučení pro práci marketéra s nástroji Facebooku.  
Jaká doporučení si máme odnést z kvalitativní části výzkumu?

V Plzni, dne 30. 4. 2018



Podpis hodnotitele