

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

Jméno studenta: Petra Moulisová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Vliv reklamy a médií na vybrané generace uživatelů

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Michal Mičík, Ph.D.

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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 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 checked="" 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 checked="" 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 zadán tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:²

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

V předložené práci se studentka zabývá vlivem reklamy na vybrané generace uživatelů. V teoretické části autorka nejdříve stručně popisuje internetovou historii a současnost v ČR. V další části se studentka zaměřuje na problematiku marketingového mixu, měla se ale, z důvodu zaměření své práce, zaměřit přímo na mix na internetu. V teoretické části se autorka také věnuje generacím uživatelů internetu. Hlavně rešerše na téma generace Z měla být hlubší a porovnání s generací Y detailnější. V kapitole 5 se pak autorka věnuje vybraným sociálním sítím. Kapitola 5.3 má nevhodný název, neboť zde není uvedeno jejich využití.

Kapitolou 6 začíná empirická část práce. Pro své zkoumání autorka formuluje několik VO a z nich vycházejících hypotéz, kterých je snad až příliš. Příliš nerozumím tomu, když je cílem analyzovat rozdíly mezi generacemi Y a Z, proč studentka pracuje také s odpověďmi ostatních generací, které jsou navíc výrazně méně zastoupené. Jinak je však analýza provedena správně a autorka získává mnoho zajímavých



informací. Na základě získaných dat jsou sestaveny dvě osoby; jedna pro zástupce generace Y a jedna pro zástupce generace Z. V závěru práce jsou formulována doporučení pro reklamní kampaně pro generace Y a Z včetně příkladů reklam. Dané příklady mohly být autorkou graficky zpracovány. Práce je psaná přehledně, pouze místy se vyskytují gramatické nepřesnosti a neobratné formulace. Práci hodnotím jako "velmi dobrou".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Jaké jsou možnosti využití sociálních sítí v marketingu?

Zkuste zpracovat některé návrhy reklam pro generace Y a Z v grafické podobě.

V Plzni, dne

Podpis hodnotitele