

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2020/2021

Jméno studenta: Hai Yen Do
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Marketingová komunikace vybrané streamovací služby

Hodnotitel – oponent: Ing. Michal Mičík, Ph.D.
Podnik – firma: KMO FEK ZČU

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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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 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 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 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 checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

V předložené práci se studentka zabývá mkt komunikací streamovací služby Spotify. Cíl práce je popsán v úvodu, který však spíše než jako úvod působí jako abstrakt (psán v přítomném čase). Cíl je velmi ambiciózní, neboť předpokládám, že streamovací služby disponují celým marketingovým oddělením zabývajícím se komunikací. Teoretická kapitola 1 je strukturována logicky s odpovídajícím množstvím zdrojů. Výtkou v této části (kromě textu týkajícího se soc. sítí a web. stránek) je fakt, že většina zdrojů je značně zastaralých. Kapitola 2 je věnována streamovacím službám - tato kapitola je napsána velmi přehledně. Kapitoulou 3 začíná praktická část práce. V této části pokládám za velký nedostatek chybějící metodiku. Její absence se projevuje hlavně při porovnávání streamovacích služeb, kdy čtenář vlastně neví, co se a proč vlastně porovnává. Zajímavé (a hlavně relevantní informace pro účely práce) se čtenář dozví až od kapitoly 3.3.5 a dále. V kapitole 4 je představené a vyhodnocené dotazníkové šetření. Se vzorkem respondentů je pracováno tak, že se autorka logicky zaměřuje pouze na cílovou skupinu. K popisu dat je použita pouze základní deskriptivní statistika, data by mohla být popsána výrazně lépe. V kapitole 5 je uvedeno shrnutí a představena doporučení. Jako absolutně nepodložené, na základě vzorku o velikosti 645, považuji tvrzení "...znají ji téměř všichni lidé z generací Y a Z" (studentka by si měla být vědoma toho, jak může výsledky svého šetření interpretovat). Co se týká doporučení, tak ta dávají sama o

sobě smysl, nicméně v realitě to bude asi trochu jinak. Orientační kalkulace nákladů je opravdu pouze velmi orientační, která nezohledňuje mnoho specifických faktorů pojících se s reklamou na IG. Filtr by se pravděpodobně řešil v rámci "globálu" a následně by byl přístupný v jednotlivých (vybraných) zemích. Nejsem si jistý, zda je vhodné integrovat novinky do hudební aplikace (k tomu je asi opravdu nejvhodnější využití soc. sítí, i když to není příliš efektivní - mimochodem, možná má toto něco dočinění i s tím, že Twitter není v ČR využíván v takové míře, jako v zahraničí). Jediným využitelným a dostatečně propracovaným doporučením je pro mě "Name The Song".

Dílčí, dosud nejmenované nedostatky práce -dle metodiky APA, pokud má zdroj více než dva autory, v citaci se používá "první autor a kol." (případně et al.). V seznamu literatury by se neměly vyskytovat hypertextové odkazy. V práci se často objevují neobratná slovní spojení ("poslednímu nástroji promotion" namísto "poslednímu zmíněnému nástroji" apod.).

Práci na základě výše uvedeného hodnotím jako "velmi dobrou".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě.³

Existují ve vašem vzorku respondentů 16-34 významné statistické rozdíly (ve frekvenci poslechu hudby a spokojenosti se streamovací službou) v závislosti na pohlaví? Zkuste k výpočtu použít Mann-Whitney test. Existují ve zmíněných otázkách významné statistické rozdíly v závislosti na věku (uvažujte pouze věkové skupiny 16-24 a 25-34).

Zkuste výrazně zpřesnit odhady na navrhovanou kampaň na IG.

V Plzni, dne

Podpis hodnotitele