

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2020/2021

Jméno studenta: Michaela Škorváňková
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Instagram jako komunikační nástroj pro branding

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

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Studentka pracovala na výzkumně zaměřené diplomové práci na aktuální téma, tj. využití marketingové komunikace pro branding. Rád uvádím, že téma zpracovávala odpovědně a aktivně a je to také znát na výstupu celé práce, která může také být využita jako případová studie ve výuce na fakultě.

Design výzkumu je graficky zobrazen hned po úvodu práce, kde jsou definované cíle práce a výzkumu. Teoretická část práce vychází z marketingové komunikace, následuje pojednání o značce a brandingu a potom kapitola věnující se sociálním médiím a marketingu v prostředí sociálních médií. Kapitola č. 4 se věnuje stručnému popisu relevantních sociálních sítí s podrobným popisem Instagramu.

Vlastní výzkum je v kapitole č. 5, a to i s popisem zvolené firmy. Podkapitola 5.3 nás seznamuje s vlastním designem výzkumu s uvedením výzkumných otázek, hypotéz a popisem kódování pro

realizovanou obsahovou analýzu. Od 5.5.2 jsou v práci uvedena zjištěná data. Profil firmy BUSHMAN na Instagramu byl sledován od roku 2016 do roku 2020 včetně, a dokumentuje vývoj aplikace marketingu na internetu touto firmou v kontextu ČR a jejího růstu. Obsahovou analýzou autorka nashromáždila zajímavá data, která strukturovaně prezentuje a uvádí i další doplňky, jako např. word cloud z textových popisků s top využívanými slovy. Následuje word cloud pro hastagy. Velmi zajímavá je potom prezentace engagementu podle povahy postů. Z kvalitativního hlediska je potom zajímavý i popis postů, které získaly největší reakce uživatelů. Následně jsou data hodnocena i s využitím software Statistica a studentka potvrzuje nebo vyvrací stanovené hypotézy. Podkapitola 5.5.4 přináší souhrn výstupů výzkumu a autorka se potom vyjadřuje i k limitaci výzkumu. Výstupy přinášejí dokladování toho, co je vhodné a jak využívat v marketingu na Instagramu u podobné firmy v kontextu ČR, také dokladují aplikaci teorie UGT v praxi. Doporučující návrhy jsou jasně formulovány. Považuji úředloženou diplomovou práci za velmi kvalitní, vlastní výzkum je také dokladován ukázkami v příloze práce.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Pokud budete v praxi řídit profil firmy na Instagramu, na co se zaměříte? Uveďte hlavní body, případně ukazatele.

V Plzni, dne 20. 5. 2021

Podpis hodnotitele