

## HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2022/2023

**Jméno studenta:** Lucie Voženílková  
**Studijní obor/zaměření:** Podniková ekonomika a management / KMO  
**Téma diplomové práce:** Komparace komunikace vybraných značek na sociální síti

**Hodnotitel – vedoucí práce:** doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.

<b>Kritéria hodnocení:</b>	<b>(1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>N</b>
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 (řešeršní 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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:**

Posouzeno

Posouzeno – podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:

**výborně**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:**

Hlavním cílem předložené diplomové práce je komparace komunikace vybraných značek na zvolených sociálních sítích. Práce je zaměřena na vybrané značky osobních automobilů. Autorka výzkum aktivně koordinovala s vedoucím práce. Cíle a hlavní výzkumné otázky jsou uvedeny v úvodu práce. Teoretická část je věnovaná marketingu na internetu a sociálním médiím. Následně je podrobně popsán Facebook a Instagram, a to s využitím řady relevantních zdrojů. Pozornost autorka věnuje tzv. komunitám značek na sociálních sítích a teorii UGT, která se vztahuje k médiím. Kapitola č. 4 je potom zaměřena na značku. Následně se autorka stručně zaměřuje na trendy automobilového průmyslu a chování spotřebitelů při výběru automobilů.

Na s. 49 začíná popis designu výzkumu. Je popsán výběr subjektů i použítá metodika kódování obsahu sociálních sítí. Kapitola č. 8 obsahuje stručný popis zvolených značek aut a první metriky jejich sociálních sítí, následuje porovnání engagement per post, a to i s mezinárodními daty ze šetření RivalIQ. Zhodnocení



komunikace vybraných značek na Facebooku dle zvolených obsahových kategorií je potom na s. 69 v zobrazení korespondenční analýzou, následuje to samé pro Instagram (s. 71). Zajímavé jsou patrné rozdíly v komunikaci. Následuje analýza komunikace těchto značek dle kategorií UGT, opět pro obě zvolené sítě. Potom následují analýzy příspěvků pro jednotlivé značky i ukázky nejúspěšnějších postů. Závěr je zpracován ve formě výzkumné zprávy od s. 90 včetně odpovědí na výzkumné otázky a následuje několik doporučení pro zvolené značky. Přílohy práce obsahují relevantní ukázky.

Jedná se o velmi kvalitní výzkumně orientovanou diplomovou práci, kterou hodnotím výborně.

### **Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:**

Facebook nebo Instagram pro prezentaci produktu a Facebook nebo Instagram pro vytváření komunity?

V Plzni, dne 3. 5. 20223

Podpis hodnotitele