



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2022/2023

Jméno studenta: Kristýna Dandová
Studijní program: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Komunikace vybrané firmy na sociální síti

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 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 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:

Posouzeno

Posouzeno – podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Hlavním cílem předložené bakalářské práce bylo zhodnotit komunikaci společnosti FTV Prima na zvolených profilech vytvořených na sociálních sítích. Autorka aktivně komunikovala a její výhodou bylo, že se přímo podílí na správě vybraných profilů uvedené firmy na sociálních sítích.

Teoretická část práce je zpracovaná se zaměřením na marketingovou komunikaci a komunikační mix s důrazem na prostředí internetu. Dále se autorka věnuje sociálním sítím, jejím uživatelům a i marketingu na sociálních sítích, a to s využitím relevantních zdrojů. Nakonec uvádí informace i k influencer marketingu a k Hbb TV, což s tématem a zejména zvolenou organizací úzce souvisí.

Praktická část od s. 32 začíná metodikou práce a je zde také stručně představena společnost FTV Prima, její stanice a relevantně i používané sociální sítě. Analýza profilů začíná od s. 37 Facebookem, následuje Instagram a potom TikTok s tím, že autorka využívá i neveřejných dat ze správy těchto profilů. Autorka tak trochu využila přístupu benchmarkingu a analyzovala nejúspěšnější příspěvky na zvolených profilech



ve zvoleném období, přitom se zaměřila na engagement rate, vitz s. 46. Následují popisy včetně metrik a dílčího hodnocení. Na základě získaných dat formuluje autorka i dílčí doporučení pro komunikaci na zvolených profilech. Celý vlastní výkum = kódování nejlepších postů, dokumentuje příloha práce, která také ukazuje, že i při kódování jen top postů se jednalo o poměrně velký vzorek vzhledem k počtu analyzovaných profilů.

Práce je jistě přínosná přesně pro stanovaný účel a hodnotím jí výborně.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

Reportovala či komunikovala jste výstupy i na pracovišti zvolené firmy? Jaká byla odezva na výstupy vašeho průzkumu?

V Plzni, dne 2. 5. 2023

Podpis hodnotitele