

## 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 – oponent:** Ing. Jan Petřtyl, Ph.D.  
**Podnik/organizace oponenta:** KMO FEK ZČU

**Kritéria hodnocení:** (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (rešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Přístup autora k řešení problematiky práce
- O) Celkový dojem z práce

1	2	3	4	N
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

**velmi dobře**

### Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Předkládaná bakalářská práce je zaměřena na téma využití tzv. sociálních médií společností FTV Prima, respektive některými jejími televizními kanály. Pozornost je věnována vybraným službám/sociálním sítím. Práce je rozdělena do dvou částí – teoretické a praktické. Téma práce je relevantní, aktuální a významné. Právě proto je škoda, že na řadě míst lze v práci najít nedostatky (rozporuplné tvrzení o významu mediatypů a jejich vývoj na str. 10 – viz např. data z InzertniVykony.cz, chybějící zdroje – např. na str. 13, kategorizaci online reklamy – str. 14 či obecné tvrzení, že sociální média jsou nejvhodnějším místem pro oslovení zákazníků – str. 26 či "Konverze je [pouze?] přemístění uživatelů skrz reklamu na jiné místo, nejčastěji firmy uvádějí své webové stránky" – str. 28). Oceňuji počet TV kanálů a jejich profilů/stránek, které autorka analyzovala. Na druhou stranu je však pro tento typ práce netypické, že ani jeden z příspěvků není součástí vlastního obsahu práce či alespoň přílohy. To by výrazně pomohlo pro vytvoření konkrétní představy o čem je vlastně řeč. S tím souvisí např. i členění textu do odstavců – na řadě míst je výklad poměrně těžko srozumitelný a nepřehledný. Navrhované závěry jsou pak poměrně obecné. Celkově práci hodnotím jako velmi dobrou.

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

1. Jakou roli mají příspěvky na sociálních médiích, které jste analyzovala, v rámci modelu See, think, do, care od Avinashy Kaushika?
2. Je možné říci, do jaké míry je nutné pro dosažení potřebého zásahu nutně podporovat příspěvky mediálními náklady? U jakých služeb njlépe funguje organický zásah?

V Plzni, dne 19. 5. 2023

Podpis hodnotitele