

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2022/2023

Jméno studenta: Veronika Kroupová
Studijní obor/zaměření: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Možnost využití TikToku v marketingové komunikaci firem
Hodnotitel – oponent: Magistra Liuba Turchyn, kandidát ekonomických věd
Podnik – firma: KMO FEK ZČU

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Bakalářská práce se zabývá marketingovou komunikací firmy Snuggs na TikToku a ovlivněním nákupního chování spotřebitele na základě reklam na sociální síti TikTok. Za cíl bakalářské práce autorka zvolila, "identifikovat efektivitu využití sociální sítě TikTok k marketingové komunikace pro firmu, zjistit, zda vůbec má firma přes tuto síť komunikovat a v případě, že ano, navrhnout možná zlepšení obsahu a propagace k získání více sledujících na Tik Tokovém účtu české značky Snuggs". V rámci dílčích cílů práce uvádí studentka: zhodnotit vliv sociálních sítí na nákupní chování jedinců a shrnout výsledky šetření. Podle zvoleného tématu bakalářské práce by bylo pravděpodobně lepší v rámci výzkumu porovnat několik firem a jejich marketingovou komunikaci na sociální síti TikTok.

V teoretické části této práce autorka vysvětlila pojmy marketingové komunikace a sociálních médií. Kapitola č. 3 je zaměřena konkrétně na sociální síť TikTok (popis historie, uživatelů, charakteristik, atd).

V praktické části je použit kvantitativní výzkum, kterým je konkrétně dotazníkové šetření. Výběrový soubor se skládá z mladších uživatelů této sociální sítě, a to konkrétně věkové kategorie 16 až 24 let, což je správně s hlediska výběru segmentu trhu, který je aktivní na této sociální síti. Vhodné by bylo kdyby se autorka předtím více zaměřila na design provedeného výzkumu a stanovila hypotézy a postup jejich

verifikace. V této práci se studentka nevyvarovala nepřesností, například formulace otázek a jejich hodnocení (vysvětlení) v textu práce, str. 35-36 tab. 2 "využívá nejméně", a otázka č. 1. "nepoužívám", autorka popisuje jako slova synonyma. Diskutabilní je pojmenování některých kapitol, formulace některých otázek v dotazníku.

Práci považuji za zpracovanou z teoretického a praktického hlediska na aktuální téma. Hodnotím ji známkou dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Jaké jsou výhody a nevýhody používání sociální sítě TikTok společnostmi?

Jak by bylo možné jiným způsobem oslovit cílové publikum spotřebitelů, kteří používají hlavně TikTok?
Je možné, aby byl TikTok jediným způsobem, jak oslovit určitou kategorii spotřebitelů?

Jak byste ohodnotila využívání sociální sítě TikTok firmami v ČR?

V procentuálním poměru rozdělení rozpočtu na marketingovou komunikaci, jaký podíl by podle Vašeho názoru měla společnost přidělit sociální síti TikTok?

V Plzni, dne 31. 5. 2023

Podpis hodnotitele