

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

Jméno studenta: Patrik Smolík
Studijní obor/zaměření: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Trendy v marketingové komunikaci

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Michal Mičík, Ph.D.

Kritéria hodnocení:	(1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)				
	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" 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 bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

V předložené práci se student zabývá trendy marketingové komunikace. Cíl práce je uveden v jejím úvodu. První kapitola práce je věnována marketingové komunikaci, druhá kapitola je věnována trendům v marketingové komunikaci. Obě kapitoly jsem zpracovány na velmi solidní úrovni; autor pracuje s velkým množstvím relevantních zdrojů, rešerše je tak velmi povedená. Kapitola 3 začíná praktická část práce. V této kapitole je představen výzkumný problém, cíl a VO. VO by se měla ptát na jednu věc; kvantitativní výzkum navíc neodpovídá na otázku proč. Následně jsou formulovány hypotézy a představen nástroj pro získání dat, které budou sloužit pro jejich vyhodnocení. Detailně je představena metodika šetření (chybně označovaná jako metodologie). Následuje vyhodnocení formulovaných hypotéz. To je provedeno správně, výsledky jsou však interpretovány poněkud krkolomně (první hypotéza například

nepředpokládala rovnost mediánů, jak student píše na str. 34 apod.). Následné zodpovězení specifických otázek je naopak provedeno velmi přehledně. VO nemůže být zcela vyhodnocena, neboť součástí zkoumání nebyl kvalitativní výzkum, který by zodpověděl proč obsahový marketing a influencer marketing zvyšuje angažovanost. V kapitole 3.8 jsou představeny závěry plynoucí z provedeného výzkumu, v kapitole 4 jsou představeny budoucí trendy marketingové komunikace. Všechny zásady byly naplněny. Cíl práce byl z větší části splněn – z důvodu jeho nejednoznačné formulace a nevysvětlení klíčového termínu „efektivita“ jej totiž nelze považovat za zcela splněný. Celkově se však jedná o zdařilou práci. Jistým dalším dílčím nedostatkem je autorovo místy hovorové vyjadřování, překlepy a neobratné formulace. Práci hodnotím na pomezí stupňů velmi dobře a výborně.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Celou práci prolíná efektivita, přestože tento termín není v kontextu marketingu vysvětlen. Co podle Vás je „efektivní influencer a obsahový marketing“?

V Plzni, dne

Podpis hodnotitele