



## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2012/2013

**Jméno studenta:** Roman Jůdl  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Komunitní weby a jejich význam pro marketingové aktivity firem  
**Hodnotitel – oponent:** Ing. Jan Tlučkoř, Ph.D.  
**Podnik – firma:** ZČU - FEK - KMO

**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 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 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 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"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**velmi dobře**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>**

Předložená práce se zabývá komunitními weby, v návrhové části pak primárně Facebookem. Autor na základě analýzy aktivity konkurenčních společností na Facebooku, navrhuje (ale málo konkrétně při takto jasně vymezeném tématu) opatření a postupy pro prezentaci analyzované firmy na Facebooku. Z práce je patrné, že autor problematice rozumí, což je patrné z vhodně zpracovaného teoretického úvodu práce.

Určité nedostatky spatřuji ve skladbě vět a formulacích, např. cíl práce je nedefinován formulačně nejasně. Podkapitoly bez následovníků by se neměly v práci objevit např. 6.2.1, 6.4.1.

K analytické části autor přistupuje zodpovědně a je nutno konstatovat, že zde odvádí výbornou práci. Naopak v návrzích - kap. 8 - je autor spíše obecnější, očekával bych mimo jiné i konkrétní (kreativní) návrhy). Navíc je kap. 8 sepsána tak, jakoby firma Stránku na Facebooku neměla (viz dále otázka níže). I z tohoto důvodu navrhuji práci hodnotit klasifikačním stupněm velmi dobře.



### Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>

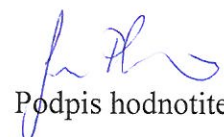
Na str. 32 popisujete typického návštěvníka stránky zkoumané firmy, jak jste došel k takovému popisu (co bylo zdroji informací)?

Jste si jistý (střr. 47), že firma Grešík postupuje dle promyšlené strategie?

Pokud se nemýlím, existuje Stránka zkoumané firmy na Facebooku od srpna 2012, proč o tom není v práci zmínka, vždyť se dalo se stránkou pracovat, např. od března 2013 (po skončení analýzy) a mít i hmatatelné výstupy Vašich návrhů?

Jak by bylo možné hodnotit přínos stránek na Facebooku ve srovnání s vynaloženými náklady (byť pravděpodobně implicitními)?

V Plzni, dne 30. května 2013



Podpis hodnotitele

---

Metodické poznámky:

<sup>1</sup> Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

<sup>2</sup> Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

<sup>3</sup> Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz [www.fek.zcu.cz](http://www.fek.zcu.cz)). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).