

Posudek vedoucího bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Marek MICHL

Název bakalářské práce: Využití sociálních sítí v komunikaci agentury 4 PRO, s.r.o.

Studijní obor – specializace: Management a marketing služeb – specializace obchodně podnikatelské služby

Titul, jméno a příjmení vedoucího práce: doc. Ing. Marie Hesková, CSc.

Pracoviště a pracovní zařazení: Katedra managementu a marketingu VŠERS

Hodnocení bakalářské práce

Kritérium hodnocení (označte křížkem)		Stupeň hodnocení						
		stupeň	A	B	C	D	E	F
		číselné vyjádření	1	1,5	2	2,5	3	-
Obsahová stránka BP	struktura práce			X				
	formulace cíle práce (v souladu se zadáním BP) / hypotéz a úroveň jejich naplnění			X				
	použité metody, jejich adekvátnost a relevance ve vztahu k tématu BP				X			
	faktická, věcná a obsahová správnost			X				
	hloubka provedené analýzy				X			
	zvládnutí odborné terminologie				X			
	schopnost argumentace a kritického myšlení			X				
	uplatnění práce v praxi / výuce			X				
Formální stránka BP	reprezentativnost a rozsah použité literatury a zdrojů				X			
	práce se zdroji, dodržování bibliografických norem, úroveň a četnost odkazů a citací				X			
	provázanost a sled textu, návaznost kapitol				X			
	jazyková a stylistická úroveň				X			
	estetická a grafická úprava textu, dodržení formálních náležitostí práce dle metodiky			X				
	samostatnost, aktivita a komunikace studenta s vedoucím BP při zpracování bakalářské práce			X				
Na základě elektronického testování na podobnosti s jinými dokumenty je možné bakalářskou práci označit za originální.		ANO						
Celkové hodnocení bakalářské práce					X			
Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě		ANO						

Stručné verbální hodnocení bakalářské práce (minimálně 500 znaků):

BP se věnuje aktuální problematice využití sociálních sítí v marketingové komunikaci. V zásadě práce respektuje strukturu stanovenou metodikou zpracování BP na VŠERS. V teoretické části práce jsou vymezeny základní pojmy s důrazem na komunikaci prostřednictvím internetu. Bohužel uvedená část práce neobsahuje hodnotící stanovisko autora, v některých částech nejsou patrné logické vazby jednotlivých částí, subkapitol. Pro praktickou část práce byla vybrána agentura 4PRO. Ve třetí kapitole je čtenář seznámen se společností a její komunikační politikou, resp. využívanými komunikačními nástroji. Čtvrtá kapitola uvádí nejprve teoretické aspekty marketingového výzkumu a následně je sestaven plán výzkumu. Podstatným problémem realizovaného výzkumu je souvislost mezi konstatováním, určením základního souboru. Autor sice uvádí návratnost, ale z textu není patrné, co považoval za základní zkoumaný soubor. Nedostatkem hodnocení výsledků výzkumu je rovněž hodnocení prvního stupně, i když se nabízely další možnosti (hodnocení podle pohlaví, věku). Závěrečná kapitola je věnována návrhu komunikační strategie zkoumané společnosti. Část je formulována poměrně obecně, chybí např. kvantifikace cílů (nutná pro fázi kontroly), finanční náročnost navržených aktivit.

Práce splňuje obecný standard kvalifikačních prací na bakalářské úrovni, bohužel úroveň práce snižuje nedostatečně provedená korektura jazyka, stylistiky, neobratnosti v používání odborné terminologie. Odborné zdroje využité pro sekundární analýzu (např. marketingového managementu) a metodiku výzkumu jsou staršího data.

Otázky k obhajobě:

1. Můžete doplnit finanční náročnost navrhovaných opatření.
2. Budou návrhy uvedené v bakalářské práci ve firmě realizovány?

Datum: 4. 5. 2018

Podpis vedoucího bakalářské práce:

Klasifikační stupnice VŠERS – platnost od akademického roku 2008/2009

Stupně	Číselné vyjádření	Slovní vyjádření Definice
A	1	VÝBORNÝ (excellent) vynikající výkon pouze s malými chybami
B	1,5	VELMI DOBRÝ (very good) nad průměrným standardem, ale s chybami
C	2	DOBRÝ (good) obecné vyznění práce s řadou zřetelných chyb
D	2,5	USPOKOJIVÝ (satisfactory) přijatelný, ale s významnými nedostatky
E	3	DOSTATEČNÝ (sufficient) výkon nad hranici minima
F	-	NEÚSPĚŠNÝ (fail) je zapotřebí značné množství další práce