

## I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

<b>Název práce:</b>	Image značky a jej komunikácia skrz sociálne siete
<b>Jméno autora:</b>	Tomčíková Gabriela
<b>Typ práce:</b>	bakalářská
<b>Fakulta/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Katedra/ústav:</b>	Oddělení pedagogických a psychologických studií
<b>Oponent práce:</b>	Ing. Plzáková Lucie, Ph.D.
<b>Pracoviště oponenta práce:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (OMS, MÚVS)

## II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

<b>Zadání</b>	<b>průměrně náročné</b>
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Zadání práce odpovídá obvyklému stupni náročnosti, který je kladen na bakalářskou práci. Z pohledu marketingu je analýza marketingové komunikace skrze sociální sítě velmi oblíbeným tématem posledních let.	

<b>Splnění zadání</b>	<b>splněno s většími výhradami</b>
<i>Posuďte, zda předložená závěrečná práce splňuje zadání. V komentáři případně uveďte body zadání, které nebyly zcela splněny, nebo zda je práce oproti zadání rozšířena. Nebylo-li zadání zcela splněno, pokuste se posoudit závažnost, dopady a případně i příčiny jednotlivých nedostatků.</i>	
<p>Autorka předložené BP v úvodní kapitole definuje cíl práce, který je totožný s cílem v oficiálním zadání práce. Nicméně trochu nepochopitelně cíl práce dále rozvádí a doplňuje ho výzkumnými otázkami v kapitole č. 6 Analýza image značky a jej komunikácie skrz siete, i když se již v kapitole č. 5 autorka zabývá analýzou zkoumaného problému. Definování cíle práce a položení výzkumných otázek či hypotéz je vhodné provést na jejím začátku, popřípadě v začátku tzv. praktické (analytické) části práce. Takto není čtenáři vůbec zřejmé, čemu se autorka věnuje a jaký problém zkoumá, a to až do strany 42 (to je již poněkud pozdě).</p> <p>Autorka splnila zadání a podařilo se jí naplnit cíl a zodpovědět výzkumné otázky, i když použité zdroje a výzkumné metody, respektive jejich správnost je diskutabilní (viz. níže). Diskutabilní jsou i návrhy pro lepší marketingovou komunikace přes sociální sítě, například doporučení, že: „Profil na Instagrame dočasně odstavit a po viditelných pozitivních změnách na Facebooku začat s podobným plánem aj na Instagrame.“ Dnešní doba je velmi rychlá, stejně tak jako používání sociálních sítí a doporučení na základě 57 responsí, že by firma měla odstavit Instagram, nepovažuji za rozumné. Autorka dále navrhuje slevy (1+1), soutěže, slevové kupóny, ale nikde neuvádí žádnou ekonomickou rozvahu, jak by tyto její návrhy ovlivnily tržbu, o kterou jde podnikateli především.</p>	

<b>Zvolený postup řešení</b>	<b>částečně vhodný</b>
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
<p>Pro naplnění cíle a pro zodpovězení výzkumných otázek autorka BP zvolila metodu deskripce na základě vlastní zkušenosti, dále zřejmě rozhovor s majitelem firmy. Explicitně však nikde autorka neuvádí, o jaký typ rozhovoru se jednalo a neuvádí ani otázky, které při rozhovoru položila (pokud šlo o strukturovaný či polo-strukturovaný rozhovor), ale v textu se na něj odkazuje. Další použitou metodou (lépe řečeno technikou sociologického výzkumu) bylo dotazníkové šetření, které sloužilo ke sběru primárních dat (nikoliv sekundárních dat, jak autorka mylně v práci uvádí). Nedostatkem dotazníkového šetření byl příliš nízký počet respondentů, což autorka sama v práci uvádí. Příčinou mohl být i fakt, že se autorka samotnému sběru dat věnovala pouze 2 dny. Položení otázek v dotazníku není také vždy úplně správné, a tak odpovědi mohou být zavádějící. Není ani jasné, proč si například autorka BP rozdělila respondenty do věkových kategorií, kdy poslední věkovou kategorií je 40 let a více. Sama autorka však v práci hovoří o skupině zákazníků „senioři“, o jejich jiném nákupním chování, ale v dotazníku tuto kategorii nevyčlenila (pokud si autorka nemyslí, že každý nad 40 let je senior). Pokud by autorka přikročila k detailnějšímu vyhodnocení dotazníku, například pomocí cross-tabs (neboli křížových</p>	

tabulek) zjistila by, že dotazník není správně nastaven a některé otázky se vylučují. V dotazníku dále není jasné, kolik odpovědí v každé otázce mohl respondent označit.

**Odborná úroveň**

**C - dobře**

*Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.*

Odborná úroveň předložené práce je na průměrném stupni.

**Formální a jazyková úroveň, rozsah práce**

**C - dobře**

*Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.*

Autorka BP člení svoji závěrečnou práci do požadovaných kapitol, rozsah práce odpovídá požadavkům. Jazyková a stylistická úroveň práce je na průměrné úrovni, v textu lze nalézt řadu gramatických a stylistických chyb.

**Výběr zdrojů, korektnost citací**

**D - uspokojivě**

*Vyjádřete se k aktivitě studenta při získávání a využívání studijních materiálů k řešení závěrečné práce. Charakterizujte výběr pramenů. Posuďte, zda student využil všechny relevantní zdroje. Ověřte, zda jsou všechny převzaté prvky řádně odlišeny od vlastních výsledků a úvah, zda nedošlo k porušení citační etiky a zda jsou bibliografické citace úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami.*

Autorka použila k vypracování své práce jak knižní, tak i elektronické zdroje. Cituje podle citačních norem. V některých kapitolách převažují citace pouze jednoho autora, u některých pasáží nelze identifikovat, zda text patří k citaci nebo je vlastním dílem autorky.

**Další komentáře a hodnocení**

*Vyjádřete se k úrovni dosažených hlavních výsledků závěrečné práce, např. k úrovni teoretických výsledků, nebo k úrovni a funkčnosti technického nebo programového vytvořeného řešení, publikačním výstupům, experimentální zručnosti apod.*

### III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE

*Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení. Uveďte případné otázky, které by měl student zodpovědět při obhajobě závěrečné práce před komisí.*

Předložená bakalářská práce na marketingové téma: značka – image-sociální sítě je celkem častým tématem. Autorka správně popsala teoretický základ zkoumaného problému. Bohužel se v práci dopustila několika více či méně zásadních chyb ovlivňující kvalitu předložené práce, a to následující:

- přesná definice cíle a výzkumných otázek je řazena doprostřed praktické části;
- chybí metodologie práce (není jasné, jaké metody chtěla autorka v práci použít, zda se správně váží k cíli práce, zda je umí pojmenovat atd.)
- dotazníkové šetření není správně nastaveno (nejasná formulace otázek; chybí instrukce, kolik odpovědí může respondent označit+ nejasné nastavení tzv. rozřazovacích kritérií)
- nízká response na dotazníkové šetření
- nedostatečně propracovaná návrhová část (doporučení)
- v práci lze nalézt gramatické chyby

Otázky:

1. Konzultovala jste výsledky dotazníkového šetření a Vaše doporučení s majitelem firmy? Pokud ano, jaká byla jeho reakce?
2. Jak vysoká by byla finanční investice majitele firmy za předpokladu, že by akceptoval Vaše doporučení?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **D - uspokojivě**.

Datum: 1.6.2020

Podpis:

