

POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Marketing účetních služeb OSVČ na sociálních sítích

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Vyhnálková Martina

Vedoucí práce: Doc. Ing. Zdeněk Linhart, CSc.

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	Nadčasové-neutrální	X
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	X
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	X
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využitě pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využitě	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	X
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	X
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

S autorkou, Martinou Vyhnálkovou mám mezi zadáním v prosince 22 a dubnem 23 zaznamenáno 18 písemných konzultací prostřednictvím formulářů Všem. Pracovala samostatně, z počátku ji hnalo nadšení pro téma a ke konci potřebovala poradit s interpretací statistiky, protože tato jí ukázala, že respondenti mají jiný postoj k tématu, než ten, který motivuje jí. Nakonec dala za pravdu statistice a nastavila jako prioritu propagace prevenci chyby účetního. Nadčasovost tématu spočívá v roli účetních a účetnictví, zatímco aktuálnost tématu spočívá ve vystoupení z podniků (externalizaci) a převzetí odpovědnosti za svůj image na B2B trhu. Zvládnutí této dvojrole je teoreticky i metodologicky náročné. Protože účetnictví je silně regulované, autorka použila jak originální (normativní), tak aktuální (vědecké) zdroje, které citovala v textu.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jaké slogany použijete pro budování image značky?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jaké slogany použijete pro budování věrnosti značce?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 13.05.2023

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz