

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Národní 2600/9a, 158 00 Praha 5

## 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.

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

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

<b>Vlastní přínos práce</b>	Formulace původních závěrů	<b>X</b>
	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 prevence 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:

<b>Výsledné hodnocení</b>	doporučuji k obhajobě	<b>X</b>
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 13.05.2023

\_\_\_\_\_  
Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz