

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

Jméno studenta: Aneta Matějková
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Návrh komunikační kampaně pro zvolený produkt

Hodnotitel – vedoucí práce: doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.

Kritéria hodnocení:	(1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)				
	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (řešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadáný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:²

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Z hlediska komerční komunikace se jedná o "klasické téma", které je díky aktivní činnosti studentky a kooperaci s firmou UNILEVER ČR, spol. s r.o. velmi dobře zpracováno. Studentka trochu široce zpracovala úvod k marketingu a marketingové komunikaci v první kapitole. Na to navazuje nezbytný teoretický vstup k problematice komunikační kampaně. Ve třetí kapitole je popsána problematika produktu, a je potřeba uvést, že teoretický vstup je skutečně využit v empirické části práce. Ta začíná po předstvení společnosti a následuje od s. 55 relevantním popisem problematiky nového zvoleného produktu včetně informací k trhu se zmrzlinou a aktuálních trendů. Kapitola 6 od s. 68 prezentuje vlastní spotřebitelský průzkum, který je z hlediska designu odpovídajícím způsobem zpracovaný. Ačkoliv se jedná o dílčí průzkum (n = 219), mohou být údaje zajímavé i pro uvedenou firmu, viz např. hodnocení parametrů zmrzliny nebo ochoty k nákupu. Velmi cennou záležitostí je realizovaný



Holandský test cenové citlivosti na s. 77. Věcné hypotézy studentka hodnotí jen s využitím deskriptivní statistiky.

Následuje velmi podrobný media brief, ve kterém je opět patrné, že studentka konzultovala položky s experty z praxe a přistupovala k zadanému úkolu velmi odpovědně.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Ovlivní současná krize původně navrhovaný media brief?

V Plzni, dne 27. 5. 2020

Podpis hodnotitele