

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2020/2021

Jméno studenta: Pavel Hostačný
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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Student zahájil práci velmi pozdě, částečně z omluvitelných důvodů z hlediska pandemie. Na zpracování práce se na jedné straně pozitivně pojevílo, že velmi dobře zná firmu a měl přístup k potřebným datům, ale na straně druhé závěrečná část byla realizovaná skutečně pod časovým tlakem.

První kapitola klasicky rozpracovává marketingovou komunikaci s využitím dostupné literatury. Druhá kapitola je věnovaná problematice zákaznického chování a opět se jedná jen o klasické zpracování. Třetí kapitola tvoří vstup do plánování komunikační kampaně a čtvrtá je vstupem k marketingovému výzkumu, ale opět jen s využitím základních zdrojů. Potom je vloženo pojednání o "cíleném marketingu".

Dále je představena firma a produkt, na který je zaměřena marketingová komunikace. Od s. 87 je prezentován vlastní spotřebitelský průzkum, který je hlavním aktivním výstupem předložené diplomové



práce. Student si stanovil 3 hypotézy, kde u první navrhl nestandardní hledisko pro její potvrzení či vyvrácení. Kladem je, že v rychlosti byla provedena pilotáž i předvýzkum a s využití databáze i dotazování respondentů. Základní výstupy jsou v podkapitole 8.2. V této části je také patrný spěch, tabulka XXX v textu, nevhodně použitá procenta v tabulce č. 8. Autor pracuje jen s četnostmi, výjimkou je poslední položka a převod na NPS, které je pro firmu velmi pozitivní. U hypotéz, viz moje poznámka výše.

V následující kapitole autor i s využitím své znalosti tohoto segmentu dobře pracuje s cílovou skupinou a aplikuje personu. Následně s aplikací 5 M rozpracovává návrh komunikační kampaně se zaměřením na PPC reklamu, připravil návrhy. Toto je opět kvalitní a na praxi orientovaná část práce. Následně se zmiňuje i o komunikaci na sociální síti a o využití e-mailingu. V závěru zdůrazňuje, že i vzhledem k charakteru produktu je potom důležitá i osobní komunikace se zákazníkem.

Vzhledem ke kontextu nároků na diplomovou práci na fakultě se přikláním k hodnocení dobře. Teoretická část je skutečně rychle postavena jen na nejdostupnější literatuře a práce s daty z průzkumu by také vyžadovala lepší zpracování pro NMGr. úroveň.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Předpokládáte, že PPC kampaň bude tedy jednoduchá a cílená jen na jednu personu?

V Plzni, dne 24. 5. 2021

Podpis hodnotitele