



HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2020/2021

Jméno studenta: Rostislav Sládek
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Evaluace online a offline komunikace značky

Hodnotitel – oponent: Ing. Michal Mičík, Ph.D.
Podnik – firma: KMO FEK ZČU

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 checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika) | <input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" 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 type="checkbox"/> | <input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| N) Přístup autora k řešení problematiky práce | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| O) Celkový dojem z práce | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

V předložené práci se student zabývá online a offline komunikací značky Státního hradu a zámku Horšovský Týn, svým obsahem, ale hlavně i výstupem, by však název práce měl znít spíše "online a offline komunikace vybrané organizace". Již od začátku práce ruší čtenáře fakt, že je práce psaná v 1. os. mn. č., které navozuje zdání autorství více osob. V první kapitole je provedena rešerše tématu marketing v kultuře. Rešerše je provedena převážně správně - převažujícím zdrojem je zde kniha od Bačuvčíka (chápu, že se jedná o jedinou ucelenou českou knihu, mohlo být však více pracováno také se zahraničními zdroji). V této kapitole se také objevuje mnoho nepřesností a nevhodných spojení (např. marketingová komunikace není tématem marketingu, ale když už tak oblastí marketingu a ještě správněji oblastí (prvkem, nástrojem) marketingového mixu). Ve druhé kapitole se autor zabývá značkou, hodnotou značky a jejím měřením. Tato kapitola je vzhledem k tématu práce značně nevyvážená. Logicky by navíc měla následovat až po komunikačním mixu, neboť takto rozděluje kapitoly "marketing" a "komunikační mix". V kapitole 3 student popisuje jednotlivé prvky komunikačního mixu, v kapitole 4 se věnuje online marketingu. V této kapitole je mnoho teoretického základu, se kterým autor dále nepracuje (SEO, PPC reklama, bannerová reklama, sociální sítě, video reklama). Z celkových 12 stránek jsou tak pro práci relevantních pouze 3, zbytek je zcela nadbytečných. V kapitole 5 je následně představena vybraná organizace. Heuristická

analýza by logicky měla být podkapitolou designu výzkumu, ne naopak. Heurustická analýza je provedena podle kritérií, které student určil na základě literatury. Jelikož se jedná o analýzu jediného hodnotitele, je jasné, že výsledky jsou ovlivněny subjektivitou. Na tento fakt student upozornil v úvodu práce. Na konci kapitoly 6 jsou výsledky analýzy sesumarizovány. V sedmé kapitole student popisuje současné komunikační aktivity organizace a navrhuje komunikační kampaň. Swot matice je maticí sumarizační; pouze shrnuje informace, které byly zjištěny v rámci analýzy podniku a jeho okolí. V matici na str. 76 se však objevují faktory, o kterých není v předešlé části práci ani zmínka. Některé tyto faktory jsou pak "dovysvětleny" za maticí. Komunikační kampaň sestává z "tradičně" používaných nástrojů a z nových navrhovaných. Kampaň je velmi pěkně promyšlena a navrhnutá, akorát mi zde chybí její harmonogram. V tabulce 16 je chyba u nákladů na reklamní spot. I přes zmíněné nedostatky byl cíl práce splněn. V práci se místy vyskytují chyby formálního charakteru (formát seznamu odrážek). Celkově práci vzhledem k výše uvedenému hodnotím na pomezí stupňů "dobře" a "velmi dobře".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Jaký je předpokládaný harmonogram jednotlivých aktivit komunikační kampaně?
Nejsou některé aktivity tak důležité, aby se s nimi počítalo i v základní verzi kampaně? Rozpočet 25.000 je pevně dán na základní verzi?

V Plzni, dne

Podpis hodnotitele