

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2021/2022

Jméno studenta: Lucie Ziebová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management
Téma diplomové práce: Komunikační plán vybrané společnosti se zaměřením na internetový marketing a marketing na sociálních sítích

Hodnotitel – oponent: Ing. Zdeněk Kresa

Podnik – firma:

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (rešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Přístup autora k řešení problematiky práce
- O) Celkový dojem z práce

	1	2	3	4	N
A)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předložená práce se zaměřuje na marketingovou komunikaci u české B2B společnosti dodávající průmyslové stroje (pro zpracování kovů, automatizaci, apod.). Autorka si stanovila cíle, jež v průběhu práce úspěšně naplňuje s využitím řady zdrojů dat. Pozitivně se projevuje autorčina znalost popisované problematiky a podnikových procesů. Práci hodnotím jako velmi zajímavou zejména pro zachycení praxe v menší společnosti vč. upřímných odpovědí obchodního ředitele.

Práce je psána spisovnou češtinou s využitím vhodných výrazů, gramatické chyby a překlepy se vyskytují spíše příležitostně (např. str. 17: "prdukty", 18: IMC vs. ICM, 33: "marketingoví aktivity", 72: "cínů"). Z formálního hlediska lze vytknout špatné vypořádání se s popisky obrázků a ozdrojováním na přechodu stran, zdvojené nadpisy u grafů, nesprávné psaní procent, či zdvojené číslování v rámci seznamu (str. 40) apod.

Stanovený cíl "Zvýšit počet nových zákazníků o 10% ročně a udržet" by mohl být definován přesněji - zejména ve smyslu co přesně "udržet". V navrženém harmonogramu aktivit by mělo být přesněji specifikováno rozložení jednotlivých aktivit v rámci května 2022. Z mého pohledu by bylo logické webové stránky spustit, následně realizovat dotazování, až následně po jeho vyhodnocení (např. v dalším měsíci) spustit reklamní kampaň na už upravený a odladěný web. Dále by dle mého bylo vhodné zvážit častější frekvenci korektur reklamních kampaní. Velmi pozitivně hodnotím zpracovanou situační analýzu i následný výběr strategie.

Celkově je práce zpracována kvalitně, prakticky a navrhuji ji hodnotit stupněm výborně.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Společnost dokáže navržené aktivity splnit se stávajícím personálním obsazením nebo bude nutné přijmout dalšího zaměstnance?

Očekávané negativní reakce zákazníků na emailové dotazníkové šetření jsou poměrně pochopitelné. Napadá Vás nějaké opatření, kterým by bylo možné ochotu respondentů k účasti ve výzkumu zvýšit? Případně dala by se data zjistit efektivnějším způsobem?

V Plzni, dne 17. 05. 2022

Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹ Označte výsledek kontroly plagiátorství, který jste zadal/a do Portálu ZČU a odůvodněte níže při odůvodnění klasifikačního stupně.

² Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

³ Stručně zdůvodněte navržený klasifikační stupeň, odůvodnění zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

⁴ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.