

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

**Jméno studenta:** Lucie Hájková  
**Studijní obor/zaměření:** Marketingové řízení  
**Téma bakalářské práce:** Trendy v marketingové komunikaci

**Hodnotitel – oponent:** Ing. Pavla Nováková  
**Podnik – firma:** LASSELSBERGER, s.r.o.

| <b>Kritéria hodnocení:</b>  | <b>(1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)</b> |                                     |                          |                          |                          |
|---|---|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|   | <b>1</b>  | <b>2</b>                            | <b>3</b>                 | <b>4</b>                 | <b>N</b>                 |
| 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 (rešeršní část)                        | <input checked="" type="checkbox"/>               | <input 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 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 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 checked="" type="checkbox"/>               | <input 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 type="checkbox"/>                          | <input checked="" 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) Přístup autora k řešení problematiky práce                     | <input checked="" type="checkbox"/>               | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| O) Celkový dojem z práce  | <input checked="" type="checkbox"/>               | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**v ý b o r n ě**

### Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>

Osnova BP je dobře strukturovaná ve vztahu ke zvolenému tématu. V úvodu autorka podrobně vysvětluje důvod volby tématu, vztah ke zpracovávané problematice, k jednotlivým produktům a společnosti.

Práce se zabývá trendy v marketingové komunikaci v období před a po Covidu-19. Autorka popisuje dynamiku rozvoje nových trendů v komunikaci včetně nutnosti nového způsobu uvažování nad marketingovými nástroji. Úvodní část práce zahrnuje teoretický přehled současných trendů v marketingové komunikaci, což umožňuje lépe porozumět kontextu a výzvam, kterým se věnuje autorka v praktické části.

Empirická část práce je zaměřena na kvalitativní a kvantitativní výzkum, který zahrnuje sběr dat prostřednictvím dotazníků a následnou analýzu výsledků. Data ukázala, že existuje významná korelace mezi zvýšeným efektivním využíváním online médií v období před a po Covidu-19 a zvýšením značkového povědomí. Oceňuji, že otázky dotazníku odráží klíčové aspekty tématu práce. Otázky jsou a zaměřené na zjištění specifických informací o trendech v marketingové komunikaci. Implementace kvantitativního dotazníku mohla být lépe zacílena ve skupině B2B, což mohlo do značné míry ovlivnit relevantnost

výsledků. Celkově hodnotím tento výzkum jako úspěšný. Výzkum také odhalil několik zajímavých faktorů, které mohou ovlivnit budoucí plánování marketingové kampaně.

Doporučení pro zlepšení marketingové komunikace jsou součástí práce, včetně konkrétních marketingových strategií navržených autorkou. Některé z těchto doporučení jsou velmi inovativní a zajímavé. Bylo by užitečné zlepšit formulaci hypotéz a podrobněji je rozpracovat spolu s popisem metodologie pro jejich ověření, což by zvýšilo přesvědčivost a praktickou aplikovatelnost navrhovaných řešení.

Celkově je práce zajímavá, a to zejména díky kvalitě podkladových materiálů, které autorka má k dispozici vzhledem ke svému pracovnímu vztahu k firmě. Škoda drobných formálních nedostatků v úpravě práce. Závěrem lze konstatovat, že práce je odvedena na velmi dobré úrovni, a to jak v části teoretické, tak aplikační. Na autorce je evidentní odborný přístup a zkušenosti čerpané v praxi.

### **Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>**

1. Jaký je Váš pohled na vývoj v marketingu resp. v jeho metodách, nástrojích v dalších 10 letech.
2. V čem vidíte plusy a minusy zavedení chatbotu pro infolinku společnosti LASSELSBERGER?

V Plzni, dne 20.5.2024

Podpis hodnotitele