

## HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

**Jméno studenta:** Bc. Michaela Klimentová  
**Studijní obor/zaměření:** Podniková ekonomika a management / KMO  
**Téma diplomové práce:** Návrh komunikační kampaně pro zvolenou firmu

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

<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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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 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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 zadán tento výsledek kontroly plagiátorství<sup>1</sup>:**

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:<sup>2</sup>

**výborně**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>3</sup>**

Cíl předložené práce je vymezen na konci úvodu a zaměřuje se na návrh komunikační kampaně pro zvolenou firmu z oblasti reálného trhu v kontextu města Plzeň. V teoretické části se autorka nejdříve stručně věnuje komunikačnímu mixu, následně médiím ve vztahu k marketingové komunikaci. V kapitole č. 4 potom věnuje specifickou pozornost prostředí internetu a členění médií na placená, vlastněná a zasloužená. Stručně popisuje vybrané hlavní pojmy z oblasti marketingu na internetu a u sociálních sítí i typy uživatelů. V kapitole páté se věnuje přípravě a řízení komunikační kampaně, základ staví na popisu 5M. V šesté kapitole představuje společnost, její zaměření, vyznávané hodnoty i specifikum zadání od majitele firmy. Vše následně prohlubuje informacemi z hloubkového rozhovoru právě s majitelem firmy. Příprava kampaně vychází z hodnocení stávající komunikace (kapitola č. 8). Pozornost věnuje vybraným

sociálních sítím a specifické reklamě v oblasti realitního trhu (ukázky OOH reklamy apod.). Následně představuje relevantní konkurenci a v tabulce č. 13 uvádí přehled mapování marketingové komunikace konkurence. Následuje podrobnější popis porovnání webových prezentací a potom i komunikace na sociálních médiích (tabulka 14), pozornost především věnuje Instagramu. Návrh komunikační kampaně představuje kapitola č. 10. Zde autorka aplikuje přístup 5M a zaměřuje se potom zejména na využití billboardů a komunikace na sociálních sítích. Specifikem zadání je i plán eventu k výročí firmy. Uveden je i rozpočet kampaně, navrženo měření a jsou pojmenovaná i rizika kampaně. To potom autorka dopracovala i do alternativního řešení návrhu kampaně. Předloženou práci z hlediska plánování reklamní kampaně pro stanovený účel považuji za kvalitní.

#### **Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>4</sup>**

Vaše práce představuje minimálně dobrý podklad - návrh komunikační kampaně pro zadaný účel. Jak návrh hodnotí majitel firmy a co z toho plánuje skutečně využít?

V Plzni, dne 6.5.2024

Podpis hodnotitele