

## HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

**Jméno studenta:** Bc. Eliška Vybíralová  
**Studijní obor/zaměření:** Podniková ekonomika a management / KMO  
**Téma diplomové práce:** Komunikační kampaň vybraného produktu

**Hodnotitel – vedoucí práce:** Ing. Michal Mičík, Ph.D.

<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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input checked="" 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 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>**

V předložené práci se studentka zabývá plánováním komunikační kampaně vybraného produktu. Cíl práce je uveden v jejím úvodu. V první kapitole se diplomantka věnuje marketingovému mixu, marketingové komunikaci, integrované marketingové komunikaci a komunikačnímu mixu. Rešerše je provedena vhodně s využitím relevantních domácích i zahraničních zdrojů. Výtkou zde je snad pouze přílišná obsáhlost dané kapitoly – je zřejmé, že rozdělením kapitoly na dílčí části by došlo ke zpřehlednění struktury; nyní tak například marketingový mix stojí v rámci kapitoly 1 na stejné úrovni jako marketingová komunikace, přičemž marketingová komunikace logicky patří pod marketingový mix. Kapitola 2 obsahuje rešerši vztahující se k analýze marketingového prostředí. I tato kapitola je zpracována solidně, nicméně oproti kapitole 1 je značně kratší. Stejný „problém“ nastává dále s kapitolou



3, přestože i ta je po obsahové stránce zpracována velmi dobře. V kapitole 4 čtenář nalezne teoretickou rešerši ke komunikačnímu plánování, což je i obsahem praktické části práce. Kapitola 5 začíná praktická část práce. V této kapitole je nejdříve formulována VO a z ní vycházející SO, následně je popsána metodika zbývající praktické části práce. V kapitole 6 je nejprve představena vybraná společnost a její nový produkt, následně je provedena analýza marketingového mixu tohoto produktu. Tuto analýzu vnitřního prostředí podniku doplňuje analýza externího prostředí provedená v kapitole 7. Tato analýza je provedena skutečně detailně. V kapitole 8 diplomantka představuje cílové zákazníky pro nový produkt. V kapitole 9 jsou veškeré faktory zjištěné v rámci analýzy prostředí sesummarizovány v matici SWOT. V rámci následující kapitoly je představen výzkum preference cílových zákazníků. Tento kvalitativní výzkum, založený na proběhlém interním kvantitativním výzkumu, byl proveden s využitím polostrukturovaných rozhovorů. Veškeré metodické kroky rozhovorů včetně jejich pilotáže byly autorkou dodrženy. Na základě provedeného výzkumu zaměřeného na dva typy cílových zákazníků sestavila diplomantka persony. Ty jsou následně využity v rámci plánované komunikační kampaně, která je plánována s využitím principu 5M. Celkově je kampaň precizně naplánována, a to v rámci každého z „M“. Z textu je navíc patrná jasná aplikovatelnost pro daný produkt v rámci vybraného podniku; jinými slovy, domnívám se, že daná kampaň má vysoký potenciál pro úspěch. V rámci práce studentka jasně prokázala schopnost práce s literárními zdroji. Výsledkem je výborně zpracovaný návrh komunikační kampaně. Drobným nedostatkem práce jsou autorčiny občasné ne zcela vhodné obraty pro kvalifikační práci. Rušivé je také psaní v 1. os. mn. č. (str. 9, 15 atd.), které navozuje zdání autorství více osob. V práci se vyskytuje řada stylistických a typografických chyb. Celkově se jedná o nadprůměrnou práci, ve které autorka prokázala, že i vhodně realizovaný kvalitativní výzkum je vysoce relevantním způsobem pro získávání informací v rámci businessu. Cíl práce byl splněn, zásady byly dodrženy. Práci přes pouze dílčí nedostatky hodnotím jako "výbornou".

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

V Plzni, dne

Podpis hodnotitele