

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Porovnání online a offline marketingu společnosti Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o.
Jméno autora:	Hana Hufeislová
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Institut manažerských studií
Oponent práce:	Ing. Mgr. Tomáš Sadílek, Ph.D.
Pracoviště oponenta práce:	Institut manažerských studií

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	náročnější
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Celkově považuji téma za náročnější, jelikož jde o provedení dotazníkového šetření pro zjištění postojů respondentů vůči online a offline marketingovým komunikacím společnosti Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o., což je dále zkombinováno se dvěma expertními rozhovory s odborníky v oblasti marketingu.	

Splnění zadání	splněno s většími výhradami
<i>Posuďte, zda předložená závěrečná práce splňuje zadání. V komentáři případně uveďte body zadání, které nebyly zcela splněny, nebo zda je práce oproti zadání rozšířena. Nebylo-li zadání zcela splněno, pokuste se posoudit závažnost, dopady a případně i příčiny jednotlivých nedostatků.</i>	
Cílem bakalářské práce bylo zhodnotit efektivitu reklamy a její vliv na marketingovou komunikaci společnosti Coca-Cola HBC Česko a Slovensko, s.r.o. Cíl je možné považovat za částečně splněný, protože ve skutečnosti efektivita reklamy určitě není změřena, ale jsou jen zjištěny postoje spotřebitelů vůči marketingovým komunikacím značky. Navíc se liší cíl v Úvodu, metodice práce a abstraktu. V Závěru pak cíl není uveden vůbec. Objektivně je posouzení naplnění cíle obtížné, pokud není jednoznačně definován.	

Zvolený postup řešení	správný
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
Teoretické kapitoly práce mají název Reklama v marketingu a Online a offline marketing. V obou kapitolách byly využity aktuální zdroje publikované v posledních letech, jen mohlo být využito více článků v odborných a vědeckých časopisech. Kapitola Reklama v marketingu však působí poměrně chaoticky, protože nejprve by měla začít představením pojmu marketingový mix, pak marketingové komunikace, a až pak reklama, což je jedna z forem komunikace. V kapitole Komunikační mix by pak jednotlivé kanály měly být rozděleny do kategorií ATL-TTL-BTL. Poměrně zdařilá je kapitola Trh nealkoholických nápojů v ČR, která sumarizuje příspěvky, jež byly v této oblasti publikovány.	

Odborná úroveň	C - dobře
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Praktická část práce začíná představením analyzované společnosti Coca-Cola HBC a metodikou hloubkových rozhovorů a dotazníkového šetření. Dále studentka stanovila výzkumné otázky a hypotézy, které však nevycházejí z předchozích výzkumů a tak, jak jsou výzkumné hypotézy stanoveny, je nejde statisticky ověřit, což není správně. Metodika hloubkových rozhovorů a jejich vyhodnocení jsou zpracovány dobře, u metodiky dotazníkového šetření chybí uvedení techniky výběru respondentů, harmonogram výzkumu. Značné omezení je také demografická struktura výběrového souboru, který tvoří ze dvou třetin respondenti ve věku 21–30 let, což určitě neodpovídá věkovému zastoupení skutečných zákazníků. Celkem 104 respondentů je také spíše menší výběrový soubor. Formát prezentace dat je vhodný, kontingenční grafy jsou vhodně doplněny slovními komentáři, u některých grafů však chybí uvedení popisků hodnot. Návrhy a doporučení pak vycházejí z provedeného výzkumu a jsou poměrně smysluplné.	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce

B - velmi dobře

Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.

Rozpětí hodnot se píše pomlčkou, ne spojovníkem. Místy se v práci objevují tvrzení, která nejsou podložena konkrétními daty a fakty.

Výběr zdrojů, korektnost citací

B - velmi dobře

Vyjádřete se k aktivitě studenta při získávání a využívání studijních materiálů k řešení závěrečné práce. Charakterizujte výběr pramenů. Posuďte, zda student využil všechny relevantní zdroje. Ověřte, zda jsou všechny převzaté prvky řádně odlišeny od vlastních výsledků a úvah, zda nedošlo k porušení citační etiky a zda jsou bibliografické citace úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami.

Seznam zdrojů čítá 72 položek včetně cizojazyčných. Mohlo být však citováno více článků z odborných a vědeckých časopisů.

Další komentáře a hodnocení

Vyjádřete se k úrovni dosažených hlavních výsledků závěrečné práce, např. k úrovni teoretických výsledků, nebo k úrovni a funkčnosti technického nebo programového vytvořeného řešení, publikačním výstupům, experimentální zručnosti apod.

Nejsou.

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE

Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení. Uveďte případné otázky, které by měl student zodpovědět při obhajobě závěrečné práce před komisí.

Otázky k obhajobě:

- 1) Jaké náklady jsou spojeny s Vámi navrhovanými doporučeními?
- 2) Uveďte, které z návrhů půjde zavést nejnázve a proč.

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **B - velmi dobře**.

Datum: 29.5.2023

Podpis: