

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Návrh komunikační strategie ve vybrané firmě
Jméno autora:	Bc. Tomáš Beran
Typ práce:	diplomová
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Institut manažerských studií
Vedoucí práce:	Ing. Mgr. Tomáš Sadílek, Ph.D.
Pracoviště vedoucího 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 návrh konkrétní komunikační strategie pro existující společnost, jež by měla stávající komunikační strategii inovovat. Diplomová práce je pečlivě napsaná, provedená marketingová situační analýza je na solidní úrovni stejně jako navrhovaná doporučení.	

Splnění zadání	splněno
<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 diplomové práce je návrh komunikační strategie pro vybranou stavební firmu. Cíl práce je možné považovat za splněný.	

Aktivita a samostatnost při zpracování práce	A - výborně
<i>Posuďte, zda byl student během řešení aktivní, zda dodržoval dohodnuté termíny, jestli své řešení průběžně konzultoval a zda byl na konzultace dostatečně připraven. Posuďte schopnost studenta samostatně tvůrčí práce.</i>	
Diplomant přistupoval k psaní práce velmi samostatně, konzultoval pravidelně a na konzultace přicházel dobře připraven. Informace uvedené v práci mohl ihned ověřovat v praxi analyzované společnosti.	

Odborná úroveň	A - výborně
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
V teoretické části práce jsou uvedeny základní pojmy z oblasti marketingových komunikací, marketingového komunikačního mixu, komunikační strategie a digitální komunikace. Praktická část práce začíná představením společnosti a její marketingovou situační analýzou a prezentací současného marketingového mixu. U marketingové situační analýzy oceňuji použití analýzy klíčových kompetencí při analýze mikroprostředí a sestavení matice SWOT s uvedením vah pro jednotlivé faktory a jejich grafické vyjádření. Posléze byly dotazníkovým šetřením zjišťovány postoje stávajících zákazníků k současným marketingovým komunikacím. Tato kapitola má velmi správně napsanou metodiku práce včetně rozpočtu a i výběrový soubor je vhodně popsán. Vyhodnocení sesbíraných dat je pak ve formě kontingenčních grafů. Student také stanovil tři výzkumné hypotézy, které korektně statisticky testoval. Hypotézy nejsou odvozeny od předchozích výzkumů, ale z rozhovorů s majitelem společnosti. Vyvrcholením práce je návrh konkrétní komunikační strategie, která je detailně popsána na 12 stranách včetně mediálního plánu, harmonogramu a rozpočtu. Celkově považuji jak teoretickou, tak praktickou část práce za velmi dobře zpracovanou.	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	A - výborně
<i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	
Práce je psána velmi kultivovaným jazykem a i grafická úprava práce je na velmi dobré úrovni.	

Výběr zdrojů, korektnost citací	A - výborně
----------------------------------------	--------------------

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.

V práci bylo použito dostatečné množství knižních publikací a článků z odborných a vědeckých časopisů v anglickém jazyce. Citace jsou v pořádku.

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 A NÁVRH KLASIFIKACE

Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení.

V práci nejvíce oceňuji tolik žádoucí skloubení návrhu řešení a jeho okamžité ověření v praxi, tedy ne jen prosté teoretické návrhy, které se v závěrečných pracích objevují nejčastěji.

Navrhuji dvě otázky k obhajobě:

- 1) Jak se od doby napsání práce podařilo stanovenou marketingovou strategii ve společnosti implementovat? Co jde podle plánu a co ne?
- 2) Jaké konkrétní změny jste při implementaci marketingové strategie musel udělat?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **A - výborně**.

Datum: 29.5.2023

Podpis: