POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	**Návrh komunikační kampaně v digitálním prostředí**
Jméno autora:	**Mershonová Tereza**
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Institut manažerských studií
Vedoucí práce:	Ing. Petra Jílková, Ph.D.
Pracoviště vedoucího práce:	Institut manažerských studií

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání **náročnější**

Bakalářská práce se zabývá návrhem komunikační kampaně. Cílem bakalářské práce je návrh komunikační kampaně startupu v digitálním prostředí. Teoretická část práce nabízí souhrn relevantních teoretických poznatků, získaných z odborné literatury, konkrétně definuje pojem komunikační a mediální mix a principy nastavení komunikační kampaně v kontextu specifik digitálního prostředí. V praktické části je analyzována konkrétní společnost, navržen kreativní koncept kampaně a nastaven komunikační a mediální mix v kontextu digitálního prostředí. Kampaň je otestována s klienty pomocí A/B testování a výsledky jsou promítnuty do finálního návrhu kampaně.

Zadání závěrečné práce je z pohledu teoretické i praktické části průměrně náročné. Pro jeho řešení bylo nezbytné čerpat z literárních zdrojů a současně využít interní informace analyzované organizace a zkušenosti z praxe. Na práci je ocenitelné, že se zabývá kampaní v digitálním prostředí, což lze hodnotit jako náročnější.

Splnění zadání **splněno**

Předložená závěrečná práce splňuje zadání a stanovené cíle práce byly splněny na dostatečné úrovni. Závěrečnou práci považuji za celkově zdařilou. Závěrečná práce má solidní teoretický základ obohacený praktickým přesahem. Autorku lze pochválit za komplexní zpracování tématu.

Aktivita a samostatnost při zpracování práce **A - výborně**

Autorka přistupovala ke zpracování zadané problematiky samostatně a odpovědně. Lze jí pochválit za systematickou práci, která se v konečném výsledku práce projevila. Autorka plnila harmonogram konzultací, chodila na ně připravena s průběžně zpracovanými texty.

Odborná úroveň **A - výborně**

Práce má logickou stavbu.

V teoretické části je vymezen proces nastavení komunikační kampaně. Na základě rešerše domácí a zahraniční literatury jsou definovány hlavní pojmy, které jsou nutné pro pochopení celkového konceptu jednotlivých nástrojů komunikačního mixu. V druhé polovině teoretické části se práce věnuje konkrétnímu postupu nastavení komunikační kampaně.

V praktické části je analyzována konkrétní společnost, navržen kreativní koncept kampaně a nastaven komunikační a mediální mix v kontextu digitálního prostředí. Je popsán konkrétní postup tvorby komunikační kampaně pro startup Smooth llc.

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce **A - výborně**

Formální úroveň práce je v souladu s požadavky na bakalářskou práci. Rozsah práce je odpovídající. Jazyková úroveň práce je standardní.

Výběr zdrojů, korektnost citací	**A - výborně**
Autorka si vybrala adekvátní odbornou literaturu a v teoretické části prokázala svoji schopnost s ní pracovat a využít ji k záměrům předložené práce. Autorka využila standardní počet informačních zdrojů. Autorku lze pochválit za citační korektnost v rámci teoretické části práce. Lze konstatovat, že výběr zdrojů a korektnosti citací je v souladu s metodikou.	

Další komentáře a hodnocení
Závěrečná práce má solidní teoretický základ obohacený praktickým přesahem a je velmi dobrým zdrojem informací pro sledovanou oblast.

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

Autorka předložené práce splnila vytyčené cíle práce a lze ji doporučit k obhajobě.

Otázka k obhajobě:

V práci hodnotíte současný stav komunikačního mixu a následně nastavujete cíle. Jaké jsou hlavní persony kampaně, zákaznický insight a propozice kampaně?

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

Datum: 26.1.2024 Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph.D.