

## I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

<b>Název práce:</b>	Návrh a implementace inovační marketingové strategie pro vybranou společnost
<b>Jméno autora:</b>	<b>Soukupová Karolína</b>
<b>Typ práce:</b>	diplomová
<b>Fakulta/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Katedra/ústav:</b>	Institut manažerských studií
<b>Oponent práce:</b>	Ing. Petra Jílková, Ph.D.
<b>Pracoviště oponenta práce:</b>	Institut manažerských studií

## II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

<b>Zadání</b>	<b>průměrně náročné</b>
Autorka se zabývá tvorbou inovativní marketingové strategie pro vybranou společnost, což je téma s dostatečně podloženým teoretickým zázemím v existující literatuře. Metodologický přístup je správný. V tomto kontextu lze konstatovat, že náročnost zadání odpovídá průměru dle akademických standardů pro úroveň diplomové práce.	

<b>Splnění zadání</b>	<b>splněno</b>
Autorka si v rámci práce stanovila následující cíl: „ <i>Hlavním cílem této diplomové práce je vytvořit inovativní marketingovou strategii pro vybranou společnost, která povede k lepšímu porozumění tomu, jak efektivně komunikovat s jejími stávajícími klienty a jak oslovovat potenciální klienty.</i> “ Všechny aspekty práce, od teoretického zázemí až po praktickou část, byly řádně komentovány a interpretovány. Autorka provedla značnou šíři analýz, což hodnotím pozitivně. Tímto přístupem nejen splnila zadání práce, ale také aplikovala návrhy a doporučení, které mají potenciál zvýšit efektivitu komunikace se stávajícími i potencionálními klienty.	

<b>Zvolený postup řešení</b>	<b>správný</b>
Správný postup řešení v této diplomové práci spočíval v kombinaci teoretického rámce s empirickým výzkumem, což umožnilo komplexní analýzu současného stavu strategie a její následnou optimalizaci. Některé výrazy autorky jsou vhodné spíše pro marketingový slang nikoliv pro odbornou práci (například název kapitoly 7.2.2. „ <i>Výběr vhodných kanálů</i> “).	

<b>Odborná úroveň</b>	<b>A - výborně</b>
Práce má logickou stavbu. Autorka práci rozčlenila na teoretickou a aplikační část. V teoretické části vymezila vhodné definice a postupy, které se týkají dané problematiky. V praktické části pak na základě provedeného výzkumného šetření, které zahrnovalo analýzu návštěvnosti webových stránek, sledování výkonu kampaní na sociálních médiích a provedení kompletní situační analýzy, získala vhodná data. Z provedených analýz byly identifikovány hlavní nedostatky, na jejichž základě byla vytvořena optimalizace současné marketingové strategie.	

<b>Formální a jazyková úroveň, rozsah práce</b>	<b>B - velmi dobře</b>
-------------------------------------------------	------------------------

Formální a jazyková úroveň práce je adekvátní, a rozsah práce je v souladu s akademickými standardy pro diplomovou práci v daném oboru. Autorce lze vytknout kapitoly o jednom odstavci a psaní v odrážkách, což narušuje celkový dojem z práce.

**Výběr zdrojů, korektnost citací**

**C - dobře**

Výběr zdrojů je vhodný. Autorka prokázala schopnost pracovat s literaturou a využít ji k odborné práci. Nicméně, autorku lze kritizovat za špatné formáty citací. V případě uvedení stránky se jedná o přímou citaci, kterou je nutné uvést kurzívou a do uvozovek. Autorka v rámci práce nerozeznává formu přímých a nepřímých citací.

**Další komentáře a hodnocení**

Práce je vhodná k obhajobě a lze ji hodnotit spíše jako průměrnou v kontextu akademických standardů v oblasti marketingu pro úroveň diplomové práce.

**III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE**

Diplomová práce Karolíny Soukupové se zaměřuje na návrh a implementaci inovativní marketingové strategie pro vybranou společnost. Autorka cíl práce splnila a lze ji doporučit k obhajobě.

**Otázky k obhajobě:**

1/ Jaké hlavní výzvy jste identifikovala při analýze současné marketingové strategie vybrané společnosti a jak jste tyto výzvy řešila ve vašem návrhu nové strategie? Jmenujte tři nejzásadnější.

2/ Můžete podrobněji popsat, jak jste stanovila klíčové ukazatele výkonnosti (KPI) pro měření úspěšnosti nové digitální marketingové strategie a jaký vliv očekáváte, že tyto KPI budou mít na celkový výkon společnosti?

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

Datum: 27.5.2024

Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph.D.