

## I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

<b>Název práce:</b>	<b>Návrh a implementace inovační marketingové strategie pro vybranou společnost</b>
<b>Jméno autora:</b>	<b>Bc. Karolina Soukupová</b>
<b>Typ práce:</b>	diplomová
<b>Fakulta/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Katedra/ústav:</b>	Institut manažerských studií
<b>Vedoucí práce:</b>	Ing. Mgr. Tomáš Sadílek, Ph.D.
<b>Pracoviště vedoucího práce:</b>	Institut manažerských studií

## II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

<b>Zadání</b>	<b>průměrně náročné</b>
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Celkově považuji téma za průměrně náročné, jde o návrh konkrétní marketingové strategie pro existující společnost, jež by měla stávající marketingovou strategii inovovat. Diplomová práce je pečlivě napsaná, provedená marketingová situační analýza je na solidní úrovni stejně jako navrhovaná doporučení.	

<b>Splnění zadání</b>	<b>splněno</b>
<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 práce je tvorba inovativní marketingové strategie pro vybranou společnost, která povede k porozumění tomu, jak zlepšit komunikaci s jejími stávajícími klienty a jak efektivně oslovovat potenciální klienty. Pro správné stanovení marketingové strategie bude provedena kompletní situační analýza vybrané společnosti a analýza její současné marketingové strategie. Domnívám se, že cíl byl splněn beze zbytku.	

<b>Aktivita a samostatnost při zpracování práce</b>	<b>A - výborně</b>
<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>	
Diplomantka přistupovala k psaní práce velmi samostatně, konzultovala pravidelně a na konzultace přicházela dobře připravena. Informace uvedené v práci mohla ihned ověřovat v praxi analyzované společnosti. Finální verzi práce pak diplomantka měla hotovou v předstihu před odevzdáním.	

<b>Odborná úroveň</b>	<b>A - výborně</b>
<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 tvorby strategie, strategického marketingu, specifik B2B marketingu a B2B digitálních technologií. Na to navazuje marketingová situační analýza v on-line prostředí a marketingová strategie v on-line prostředí. 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 matice IFE, EFE, shrnuté v matici IE a matici TOWS. Metodicky byla celá marketingová situační analýza provedena velmi správně. Na základě dat o návštěvnosti webových stránek pak byly formulovány konkrétní návrhy, jak marketingovou strategii inovovat, pro což diplomantka použila rámec VMOST a navrhla obsahovou strategii pro jednotlivé sociální sítě. Velmi oceňuji, že diplomantka také stanovila KPI a rozpočet plánovaných aktivit. Celkově považuji jak teoretickou, tak praktickou část práce za velmi dobře zpracovanou.	

**Formální a jazyková úroveň, rozsah práce**

**A - výborně**

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

Práce je psána velmi kultivovaným jazykem a i grafická úprava práce je na velmi dobré úrovni, stejně tak jako rozsah práce o délce 98 stran, který je pro diplomovou práci nadprůměrný.

**Výběr zdrojů, korektnost citací**

**A - výborně**

*Vyjáďte se k aktivitě studenta při získávání a využívání studijních materiálů k řešení závěrečné práce. Charakterizujte výběr pramenů. Posudte, 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. Celkem bylo v práci použito 49 zdrojů. Citace jsou v pořádku.

**Další komentáře a hodnocení**

*Vyjáďte 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.*

Práci považuji za velmi kvalitně zpracovanou, oceňuji skloubení návrhu řešení a jeho okamžité ověření v praxi, tedy nejen prosté teoretické návrh a 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 komunikační strategie musel udělat?

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

Datum: 25.5.2024

Podpis: