

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

| | |
|------------------------------------|---|
| Název práce: | Návrh komunikační kampaně pro vybranou organizaci |
| Jméno autora: | Kutil Šimon |
| 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 (MÚVS) |

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

| Zadání | průměrně náročné |
|--|------------------|
| <p>Závěrečná práce se zabývá tématem návrhu komunikační kampaně pro vybranou organizaci. Cílem práce je: „analýza současného stavu komunikačních aktivit a návrh komunikační kampaně“. Teoretická část práce vymezuje základní pojmy týkající se marketingu a komunikačního mixu včetně tvorby reklamní kampaně za využití odborné literatury. Praktická část začíná představením vybrané společnosti. Samotnému návrhu komunikační kampaně předchází provedení a vyhodnocení nereprezentativního kvantitativního marketingového průzkumu. V závěru práce bude na základě výsledků dotazníkového šetření vytvořen návrh nových komunikačních možností tohoto podniku.</p> <p>Autor má osobní zkušenost se zkoumanou problematikou, z toho plyne i jasné vymezení zkoumaného problému a cílů práce. Lze konstatovat, že zadání je pro úroveň bakalářské práce průměrně náročné. Závěrečná práce má solidní teoretický základ obohacený praktickým přesahem.</p> | |

| Splnění zadání | splněno |
|--|---------|
| <p>Předložená závěrečná práce splňuje zadání a stanovené cíle práce byly splněny na dostatečné úrovni. Autor předložil podrobnou analýzu současného stavu komunikačních aktivit Alza.cz, a následně navrhl konkrétní komunikační kampaň. Autor využil nereprezentativní kvantitativní marketingový průzkum, jehož výsledky použil jako základ pro svůj návrh. Práce se drží původního zadání a všechny jeho aspekty byly důkladně zpracovány. Cíle stanovené v zadání byly splněny, což je patrné z detailního návrhu kampaně v závěru práce. Autor také prezentuje realistická a proveditelná doporučení.</p> | |

| Aktivita a samostatnost při zpracování práce | A - výborně |
|---|-------------|
| <p>Autor plnil harmonogram konzultací, chodil na ně připraven s průběžně zpracovanými texty. Autor přistupoval ke zpracování zadané problematiky samostatně a odpovědně. Lze ho pochválit za systematickou práci, která se v konečném výsledku práce projevila.</p> | |

| Odborná úroveň | B - velmi dobře |
|--|-----------------|
| <p>Analýza je na standardní úrovni, autor zná dobře prostředí, v němž byla závěrečná práce implementována. Práce má logickou stavbu. Autor práci rozčlenil na teoretickou a aplikační část. V teoretické části si vymezil vhodné definice a postupy, které se týkají dané problematiky. V praktické části aplikuje definované pojmy a navrhuje vlastní řešení. Rozsahem i pojetím lze aplikační část označit za zdařilou a vyhovující svému účelu.</p> | |

| Formální a jazyková úroveň, rozsah práce | A - výborně |
|--|-------------|
| <p>Práce je napsána v jasném a srozumitelném jazyce, který je vhodný pro akademický text. Struktura práce je logická a přehledná, což usnadňuje orientaci čtenáře. Jazyková úroveň je vysoká, bez závažných gramatických či stylistických chyb. Rozsah práce je přiměřený a odpovídá požadavkům na bakalářskou práci. Všechny části práce jsou vyvážené a dobře spojené.</p> | |

| | |
|---|--------------------|
| Výběr zdrojů, korektnost citací | A - výborně |
| Autor si vybral adekvátní odbornou literaturu a v teoretické části prokázal svoji schopnost s ní pracovat a využít ji k záměřům předložené práce. Autor využil standardní počet zdrojů. | |
| Závěrečná práce byla zkontrolována na plagiátorství v databázi Theses.cz. Veškeré texty autor řádně citoval. | |

| |
|---|
| Další komentáře a hodnocení |
| Autor v rámci práce předložil vlastní řešení. Jeden z tipů na vylepšení by mohl být zahrnutí reprezentativnějšího vzorku pro marketingový průzkum, což by zvýšilo generalizovatelnost výsledků. Dále by autor mohl navrhnout i vizuály. |

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

Autor předložené práce splnil vytyčené cíle práce a lze ji doporučit k obhajobě. Vedoucí práce považuje závěrečnou práci za zdařilou.

Otázky k obhajobě:

1/ Jaké jsou hlavní výzvy, kterým by mohla firma Alza.cz čelit při implementaci navržené komunikační kampaně, a jak byste doporučil tyto výzvy překonat?

2/ Jakým způsobem byste měřil úspěšnost navržené komunikační kampaně a jaké konkrétní metriky byste použil k hodnocení jejích výsledků?

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

Datum: 25.5.2024

Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph.D.