

**I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE**

<b>Název práce:</b>	<b>Návrh komunikační kampaně pro vybranou organizaci</b>
<b>Jméno autora:</b>	<b>Šimon Kutil</b>
<b>Typ práce:</b>	bakalářská
<b>Fakulta/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Katedra/ústav:</b>	Institut manažerských studií
<b>Oponent práce:</b>	Ing. Martin Šikýř, Ph.D.
<b>Pracoviště oponenta práce:</b>	Institut manažerských studií

**II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ**

<b>Zadání</b>	<b>náročnější</b>
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Definované zadání spojené se zkoumáním komunikačních aktivit vybrané organizace a s navrhováním komunikační kampaně pro zvýšení povědomí o značce, přilákání nových zákazníků a posílení vztahů se stávajícími zákazníky je možné považovat za náročnější.	

<b>Splnění zadání</b>	<b>splněno s menšími výhradami</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>	
Zadání práce lze považovat za splněné s menšími výhradami. Student teoreticky zpracoval problematiku marketingové komunikace, představil vybranou organizaci, analyzoval stávající marketingovou komunikaci vybrané organizace a jejího hlavního konkurenta, vyhodnotil marketingovou sondu mezi zákazníky a vypracoval návrh komunikační kampaně pro vybranou organizaci. <b>Výhrady</b> se týkají vymezení a zdůvodnění dosažení cílů, provedení a vyhodnocení marketinkové sondy, vypracování závěru, formálního zpracování, použitého jazyka i práce se zdroji.	

<b>Zvolený postup řešení</b>	<b>správný</b>
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
Celkové pojetí odpovídá požadavkům na bakalářskou práci. Zvolený postup řešení založený na odborných publikacích, interních materiálech a dotazníkovém šetření je možné považovat za správný. Metodika mohla být propracovanější.	

<b>Odborná úroveň</b>	<b>C - dobře</b>
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
<p><b>Vymezení cíle/ů</b> v zadání, v abstraktu, v úvodu, v praktické části a v závěru není jednotné. Ve vymezení cíle se nejasně používají pojmy „komunikační kampaň“ a „komunikační strategie“. V úvodu se uvádí, že „<i>hlavním cílem je sestavit efektivní komunikační strategii</i>“ a že „<i>díličními cíli je dosáhnout několika klíčových výsledků</i>“, a to „<i>zvýšení povědomí o značce</i>“, „<i>přilákání nových zákazníků</i>“ a „<i>posílení vztahů se stávajícími zákazníky</i>“ (viz s. 9). Tato vymezení hlavního cíle a dílčích cílů je nevhodné, protože spojuje „cíle práce“ a „cíle navrhované komunikační kampaně, resp. strategie“. V závěru se uvádí, že cílem práce bylo „<i>navrhnout efektivní komunikační kampaň, která dokáže zvýšit povědomí o značce a také zlepšit postavení na trhu</i>“ a zároveň, že „<i>těchto cílů bylo dosaženo pomocí dotazníkového šetření a vlastních analýz</i>“ (viz s. 64). Takové zdůvodnění dosažení cílů práce je nevhodné, protože na základě výsledků dotazníkového šetření a vlastních analýz je možné něco navrhnout, ale jestli to dokáže něco zvýšit nebo zlepšit, to ukáže až praxe.</p> <p><b>Provedení marketingové sondy</b> (viz kapitola 3.4) je založeno na nejasném způsobu výběru a oslovení respondentů, viz konstatování: „<i>Dotazník byl distribuován elektronicky přes e-mail, bylo osloveno 96 lidí,</i></p>	

odpovědělo 68 a jeho návratnost byla 70,8 %" (viz s. 50). Samotné vyhodnocení marketingové sondy (viz kapitola 3.4.1) je nepřehledné. Vyhodnocení je převážně založeno na uvedení četností odpovědí. Chybí významnější posouzení odpovědí ve vztahu k cílům práce. Potenciál získaných dat nebyl plně využit.

**Závěr** je pojat špatně. Závěr má být o výsledcích ve vztahu k cílům práce. Vypracovaný závěr je popisem struktury a obsahu práce, včetně opakování informací uvedených v úvodu.

**Formální a jazyková úroveň, rozsah práce**

**C - dobře**

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

Formální úprava textu mohla být lepší. Mezery mezi odstavci nejsou jednotné. Mezery mezi nadpisy a odstavci mohly být větší, pro lepší přehlednost textu. Tabulky, obrázky a grafy jsou nekvalitní. Zvláště prosté převzetí výšečových a pruhových grafů z aplikace Google Forms (viz kapitola 3.4.1) bez řádné úpravy podoby grafů, včetně popisků dat, je jasným projevem nekvality. Podobně nepřehledné je provedení SWOT analýzy (viz kapitola 3.5). Jazyková úroveň je průměrná. V textu jsou gramatické a stylistické chyby, včetně nevhodného použití množného čísla (*Tato kapitola nám poskytne ...*) a budoucího času (*Závěrem první kapitoly budou definovány ...*). Přílohy se uvádějí za seznamy použité literatury, obrázků, grafů a tabulek.

**Výběr zdrojů, korektnost citací**

**C - dobře**

*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.*

Bibliografické citace v seznamu použité literatury nejsou zcela správné a jednotné. V případě harvardského systému odkazování (autor, rok) se seznam použité literatury nečísluje a rok vydání v bibliografických citacích se jednotně uvádí přímo za tvůrcem. Názvy knih se jednotně uvádějí kurzívou.

**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.*

Vložte komentář (nepovinné hodnocení).

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

*Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení. Uveďte případné otázky, které by měl student zodpovědět při obhajobě závěrečné práce před komisí.*

Student zkoumal komunikační aktivity vybrané organizace s cílem navrhnout komunikační kampaň pro zvýšení povědomí o značce, přilákání nových zákazníků a posílení vztahů se stávajícími zákazníky. Vymezený cíl práce je možné považovat za splněný s menšími výhradami (viz výše). Výsledné hodnocení ovlivnila nižší odborná, formální i jazyková úroveň práce.

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **C - dobře**.

**Otázka k diskusi:**

- Jak se v praxi prokáže, že navržená komunikační kampaň přinesla zvýšení povědomí o značce, přilákání nových zákazníků a posílení vztahů se stávajícími zákazníky? Uveďte možné způsoby vyhodnocování přínosů navržené komunikační kampaně.

Datum: 30.5.2024

Podpis: