

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Marketingová strategie pro start-up projekt
Jméno autora:	Šárka Procházková (424212)
Typ práce:	diplomová
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Vedoucí práce:	Ing. Petra Jílková, Ph.D.
Pracoviště vedoucího práce:	Oddělení manažerských studií (MÚVS)

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	průměrně náročné
<p>Vymezení problému a formulace cíle závěrečné práce odpovídá požadované úrovni. Autorka se ve své práci zabývá nastavením marketingové strategie pro vstup nové společnosti na trh. Přínosem diplomové práce je využití nastavené marketingové strategie v praxi a pomocí dotazníkového šetření autorka získává informace k vytvoření efektivní online komunikace společnosti Pedro na tripu s.r.o..</p> <p>Cíl práce je jednoznačně vymezen. Lze konstatovat, že zadání práce je průměrně náročné.</p>	

Splnění zadání	splněno
<p>Předložená závěrečná práce splňuje zadání a stanovené cíle práce byly splněny na dostatečné úrovni. Závěrečnou práci považuji za celkově zdařilou.</p>	

Aktivita a samostatnost při zpracování práce	A - výborně
<p>Autorka plnila harmonogram konzultací, chodila na ně připravena s průběžně zpracovanými texty. Autorka přistupovala ke zpracování zadané problematiky samostatně a odpovědně. Lze jí pochválit za systematickou práci, která se v konečném výsledku práce projevila. Autorku lze pochválit za velmi výrazný posun v rámci první a finální verze diplomové práce.</p>	

Odborná úroveň	B - velmi dobře
<p>V úvodní části práce jsou použity metody deskriptivní, kompilační a citační. Zde jsou vysvětleny základní pojmy týkající se komunikační strategie společnosti, online komunikačního mixu a důležitosti jednotlivých nástrojů pro analyzovanou společnost. Marketingová strategie zvoleného start-up projektu byla nastavena na požadované úrovni, autorka zná dobře prostředí zkoumané firmy. Práce má logickou stavbu. Práce má logickou stavbu a vše je řádně komentováno.</p>	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	A - výborně
<p>Formální a jazyková úroveň práce je v souladu s požadavky na závěrečnou práci dané úrovně. Rozsah práce je odpovídající.</p>	

Výběr zdrojů, korektnost citací	A - výborně
<p>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 nadstandardní počet zdrojů. Silou stránkou práce je precizní citační korektnost, bibliografické citace jsou uvedeny úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami. Závěrečná práce byla kontrolována na plagiátorství v databázi Theses.cz a s veškerými zdroji je shoda práce pod 5%. Veškeré přímé citace autorka řádně citovala.</p>	

Další komentáře a hodnocení

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

Autorka předložené práce splnila vytyčené cíle práce a lze ji doporučit k obhajobě. Vedoucí práce považuje teoretickou i aplikační část práce za nadprůměrnou.

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

Otázky k obhajobě:

- 1/ Porovnejte Vámi navrženou komunikační strategii s nejbližšími konkurenty (včetně segmentu „persony“), pro který je strategie navržena. Jaký je přístup firmy k předloženému návrhu?
- 2/ Jaká média jsou pro Vámi navrženou strategii nejdůležitější a z jakého důvodu?

Datum: 27.8.2018

Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph.D.