

## I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

<b>Název práce:</b>	<b>Vyhodnocení komunikačních kampaní vybrané společnosti</b>
<b>Jméno autora:</b>	<b>Valerie Tomášková</b>
<b>Typ práce:</b>	bakalářská
<b>Fakulta/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Katedra/ústav:</b>	Klepněte sem a zadejte text.
<b>Oponent práce:</b>	Ing. Petra Králová, Ph.D.
<b>Pracoviště oponenta práce:</b>	Odd. manažerských studií

## II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

<b>Zadání</b>	<b>průměrně náročné</b>
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Cíl práce je vymezen následovně: Cílem této bakalářské práce je vyhodnotit 3 komunikační kampaně společnosti AMC s důrazem na online marketing a sledovat celkový vývoj investic do off-line a online marketingu v čase a poté i na těchto 3 kampaních. Cíl práce je jasně a srozumitelně formulován.	

<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>	
Zadání je jasně stanoveno a práce se od stanoveného zadání neodchyluje. Studentka využila pro splnění zadání – vyhodnocení sekundárních dat týkajících se vývoje online a off-line marketingu a vyhodnocení komunikačních kampaní zvolené společnosti. Dále bylo realizováno dotazníkové šetření s cílem zjistit vliv nástrojů online a off-line komunikace na zvolenou cílovou skupinu. Dotazníkového šetření se účastnilo 160 respondentů. Výzkumné otázky byly vhodně formulovány za účelem splnění cíle šetření, potažmo cíle práce. Na základě zjištěných informací pak byla navržena adekvátní doporučení pro zefektivnění kampaně.	

<b>Zvolený postup řešení</b>	<b>vynikající</b>
<i>Posuďte, zda student zvolil správný postup nebo metody řešení.</i>	
V teoretické části se studentka zabývá marketingovými koncepcemi, marketingovým mixem s důrazem na komunikační mix, na tuto kapitolu zcela logicky navazuje teorie kampaně. Teoretická část je podrobně zpracována s důrazem na hlavní cíl práce. V praktické části studentka stručně představuje společnost. Dále se zabývá analýzou sekundárních dat, realizací dotazníkového šetření, na základě, jehož vyhodnocení stanovuje vhodná doporučení pro budoucí kampaně společnosti AMC.	

<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>	
Odborná úroveň je v souladu s požadavky.	

**Formální a jazyková úroveň, rozsah práce**

**A - výborně**

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

Formální a jazyková úroveň je v souladu s požadavky.

**Výběr zdrojů, korektnost citací**

**A - výborně**

*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.*

Pro zpracování práce byly využity literární zdroje – knižní publikace a elektronické zdroje, které jsou relevantní k danému tématu. Citační korektnost je na standardní úrovni. Celková podobnost dle [www.theses.cz](http://www.theses.cz): 1%.

**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.*

Práce představuje vhodný zdroj informací pro analyzovanou společnost. Analýzy jsou na nadprůměrné úrovni.

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

Autorka předložené práce splnila vytyčený cíl práce a lze ji doporučit k obhajobě. Oponent považuje především praktickou část práce za nadprůměrnou.

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

**Otázky:**

Jaké jsou zásady tvorby komunikační kampaně?

Na přelomu let 2015/2016 společnost AMC opustila 2% zákazníků. Co bylo příčinou, na poměry analyzované společnosti, tak velkého odchodu zákazníků?

Datum: 8.6.2020

Podpis:

