

## I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

<b>Název práce:</b>	<b>Komunikační kampaň ve vybrané neziskové organizaci</b>
<b>Jméno autora:</b>	<b>Tereza Hrušková (460832)</b>
<b>Typ práce:</b>	diplomová
<b>Fakulta/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Katedra/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Vedoucí práce:</b>	Ing. Petra Jílková, Ph.D.
<b>Pracoviště vedoucího práce:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)

## II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

<b>Zadání</b>	<b>průměrně náročné</b>
<p>Autorka závěrečné práce předkládá k obhajobě práci věnovanou analýze komunikační strategie, konkrétně se věnuje problematice nastavení komunikační kampaně pro neziskovou organizaci. Zadání závěrečné práce je z pohledu teoretické i praktické části průměrně náročné. Pro jeho řešení bylo nezbytné čerpat z literárních zdrojů a současně využít interní informace analyzované neziskové organizace a zkušenosti z praxe.</p>	
<b>Splnění zadání</b>	<b>splněno</b>
<p>Diplomová práce má solidní teoretický základ obohacený praktickým přesahem. Diplomová práce zprostředkovává komplexní pohled na nastavení kampaně a aktuální podobu tvorby kampaně. Autorka definovala následující cíl práce: „Hlavním cílem diplomové práce je analýza současného stavu komunikačních aktivit neziskové organizace a návrh komunikační kampaně.“</p> <p>Teoretická část je zaměřena na neziskový sektor a na teoretická východiska pro návrh komunikační kampaně v kontextu neziskové organizace. V praktické části práce je popsána vybraná nezisková organizace, analýza současného stavu komunikace vybrané neziskové organizace, marketingová sonda a návrh komunikační kampaně. Předložená závěrečná práce splňuje zadání a stanovené cíle práce byly splněny na dostatečné úrovni. Závěrečnou práci považuji za celkově zdařilou. Autorka má se zpracovávaným tématem osobní zkušenost, což se pozitivně odráží v celé diplomové práci.</p>	
<b>Aktivita a samostatnost při zpracování práce</b>	<b>A - výborně</b>
<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.</p>	
<b>Odborná úroveň</b>	<b>A - výborně</b>
<p>Autorka zná dobře prostředí, v němž byla závěrečná práce implementována. Práce má logickou stavbu. Autorka práci rozčlenila na teoretickou a aplikační část. V teoretické části vymezila vhodné definice a postupy, které se týkají dané problematiky. V praktické části pak na základě nereprezentativní marketingové sondy hodnotí současnou kampaň společnosti a navrhuje nová inovativní řešení. Předkládaná práce je na standardní odborné úrovni.</p>	
<b>Formální a jazyková úroveň, rozsah práce</b>	<b>A - výborně</b>
<p>Formální úroveň práce je v souladu s požadavky na diplomovou práci. Rozsah práce je odpovídající. Jazyková úroveň práce je standardní.</p>	
<b>Výběr zdrojů, korektnost citací</b>	<b>A - výborně</b>

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 informačních zdrojů. Autorku lze pochválit za využití cizojazyčné literatury a citační korektnost v rámci teoretické části práce. Lze konstatovat, že výběr zdrojů a korektnosti citací je v souladu s metodikou.

Závěrečná práce byla kontrolována na plagiátorství v databázi Theses.cz. Veškeré přímé citace autorka řádně citovala.

## Další komentáře a hodnocení

Závěrečná práce má solidní teoretický základ obohacený praktickým přesahem a je velmi dobrým zdrojem informací pro sledovanou oblast. Hlavním přínosem práce je komplexní teoretické i praktické zpracování kampaně pro neziskovou organizaci.

### III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

Autorka předložené práce splnila vytyčené cíle práce a lze ji doporučit k obhajobě.

Otázka k obhajobě:

V práci hodnotíte současný stav komunikačního mixu a následně nastavujete cíle. Dále zpracováváte nereprezentativní marketingovou sondu, cílem je nastavení nové kampaně. Pro každou Vámi definovanou personu představte zákaznický insight a poté propozici kampaně v kontextu cílení.

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

Datum: 6.6.2020

Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph.D.