

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

| | |
|------------------------------------|--|
| Název práce: | Návrh komunikační strategie pro vybraný podnik |
| Jméno autora: | Eva Chaloupková (460771) |
| 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: | Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS) |

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

| | |
|--|-------------------------|
| Zadání | průměrně náročné |
| Autorka závěrečné práce předkládá k obhajobě práci věnovanou analýze komunikační strategie a konkrétně se věnuje problematice nastavení komunikační kampaně pro kosmetický salon. Zadání závěrečné práce je z pohledu teoretické i praktické části průměrně náročné. Data pro tuto práci byla získána nereprezentativní marketingovou sondou na předem definovaném vzorku respondentů. | |

| | |
|---|----------------|
| Splnění zadání | splněno |
| Předložená závěrečná práce splňuje zadání na průměrné úrovni. Autorka zprostředkovává pohled na nastavení kampaně a aktuální podobu její tvorby. V práci je definován následující cíl: „Cílem diplomové práce je analýza současného stavu komunikačních aktivit kosmetického salonu a návrh komunikační strategie.“ Předložená závěrečná práce splňuje zadání a stanovené cíle práce byly splněny. Závěrečnou práci považuji za průměrnou. Autorka má se zpracovávaným tématem osobní zkušenost, což se pozitivně odráží v celé diplomové práci. | |

| | |
|---|--------------------|
| Aktivita a samostatnost při zpracování práce | A - výborně |
| Autorka plnila harmonogram konzultací, chodila na ně připravena s průběžně zpracovanými texty a přistupovala ke zpracování zadané problematiky samostatně i odpovědně. Lze jí pochválit za systematickou práci, která se v konečném výsledku práce projevila. | |

| | |
|---|------------------|
| Odborná úroveň | C - dobře |
| Práce má logickou stavbu a je členěna na teoretickou a aplikační část. V teoretické části autorka vymezila vhodné definice a postupy, které se týkají dané problematiky. V praktické části pak na základě nereprezentativní marketingové sondy hodnotí současnou komunikaci společnosti. Diplomová práce zpracovává standardní téma na průměrné úrovni. | |

| | |
|--|--------------------|
| Formální a jazyková úroveň, rozsah práce | A - výborně |
| Formální úroveň práce je v souladu s požadavky na diplomovou práci. Rozsah práce je odpovídající. Jazyková úroveň práce je standardní. | |

| | |
|--|--------------------|
| Výběr zdrojů, korektnost citací | A - výborně |
| Autorka si vybrala adekvátní odbornou literaturu, v teoretické části prokázala svoji schopnost s ní pracovat a využít ji k záměrům předložené práce. V práci je využito nadstandardního počtu informačních zdrojů včetně cizojazyčné literatury a citační korektnost v rámci teoretické části práce odpovídá metodice. Závěrečná práce byla kontrolována na plagiátorství v databázi Theses.cz. Veškeré přímé citace autorka řádně citovala. | |

| |
|-----------------------------|
| Další komentáře a hodnocení |
| |

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

Autorka předložené práce splnila vytyčené cíle práce a lze ji doporučit k obhajobě. Diplomová práce zpracovává standardní téma na průměrné úrovni. Autorka přistupuje ke zpracování práce s pečlivostí.

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

Otázka k obhajobě:

V práci hodnotíte současný stav komunikačního mixu a následně nastavujete cíle. Dále zpracováváte nereprezentativní marketingovou sondu. V práci uvádíte: „Hlavním přínosem je navržení komunikační strategie pro vybraný kosmetický salon, jehož slabými stránkami jsou právě komunikační aktivity. Přínosem je ovšem i zhodnocení komunikačních aktivit salonu, které probíhají v současné době. Mezi další velice významný přínos lze považovat výsledky z dotazníkového šetření, které hodně vypovídá o struktuře zákazníků a lze tyto informace využít pro marketingové účely do budoucna.“

Jak se mění současný zákazník? Jakým způsobem navrhujete dané využít do budoucnosti?

Datum: 14.8.2020

Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph.D.