

## I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

<b>Název práce:</b>	<b>Návrh komunikační kampaně v digitálním prostředí</b>
<b>Jméno autora:</b>	<b>Tereza Mershonová</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>	PhDr. Ladislava Knihová
<b>Pracoviště oponenta práce:</b>	Institut manažerských studií

## II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

<b>Zadání</b>	<b>průměrně náročné</b>
Cílem bakalářské práce je návrh komunikační kampaně startupu v digitálním prostředí. Takto formulované zadání odpovídá svou obtížností očekávaným kompetencím absolventa bakalářského stupně studia.	

<b>Splnění zadání</b>	<b>splněno</b>
Předložená bakalářská práce s názvem „Návrh komunikační kampaně v digitálním prostředí“ zcela odpovídá rozsahem, hloubkou zpracování a volbou klíčových témat požadavkům vyplývajícím ze zadání.	

<b>Zvolený postup řešení</b>	<b>správný</b>
Jako hlavní výzkumné metody autorka pracovala s deskriptivní analýzou, empirickou analýzou dat a syntézou dat. Provedené analýzy jsou dostatečně hluboké. Interpretace výzkumných zjištění je relevantní, zahrnující širší kontext a současně je v mnoha ohledech inspirativní.	

<b>Odborná úroveň</b>	<b>A - výborně</b>
<p>Bakalářská práce se zabývá návrhem komunikační kampaně v digitálním prostředí pro startup. Autorka odhaluje několik klíčových aspektů zkoumané problematiky. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část, přičemž teoretická část poskytuje přehled relevantních teoretických poznatků a definuje klíčové pojmy, jako jsou komunikační a mediální mix a principy nastavení komunikační kampaně ve specifikách digitálního prostředí. Praktická část práce analyzuje konkrétní společnost a navrhuje kreativní koncept kampaně. Zahrnuje vývoj startupů v České republice a v USA, představení služeb a tržního postavení startupu Smooth LLC, a následně analyzuje současný stav komunikačního mixu tohoto startupu. Klíčovým výstupem je návrh komunikační kampaně pro digitální prostředí, který je ověřen pomocí A/B testování a pilotní sady online reklam. Cílem je získání nových zákazníků a posílení povědomí o značce. V rámci nastavení komunikační kampaně jsou definovány klíčové kroky, jejich posloupnost a strategie potřebné pro úspěšnou realizaci efektivní komunikační kampaně. Důraz je kladen na integraci různých komunikačních aktivit, výběr vhodných komunikačních kanálů a adaptabilitu kampaně v reakci na změny a zpětnou vazbu od zákazníků. Významnou částí je rovněž důraz na digitální prostředí a sledování aktuálních trendů v online marketingu.</p> <p>Kvalitu bakalářské práce zásadním způsobem povyšuje i výběr a grafické zpracování vizuálů, které jsou argumentačním dotvrzením myšlenek autorky.</p>	

<b>Formální a jazyková úroveň, rozsah práce</b>	<b>B - velmi dobře</b>
Formální zpracování bakalářské práce je na výborné úrovni. Jazyková – tedy gramatická a stylistická úroveň je též na dobré úrovni (Několik drobností, jejichž použití je poněkud diskutabilní v závěrečné práci z hlediska českého jazyka: str. 22 – ansámblují, str. 32 – „husté kapitálové trhy“, str. 33 – „v prošlých letech“, str. 51 – „chytací síti“; z hlediska odborné	

terminologie: str. 23 „míra odchodu“ se spíše překládá v češtině již etablovaným termínem jako „míra opuštění“. Možným důvodem je použití automatického překladače textů z angličtiny bez pečlivé následné verifikace překladu v duchu ústrojnosti českého jazyka. Jistě nezamýšleným přehlédnutím je použití termínu „psychologická kritéria“ místo „psychografická kritéria“ v části, kde autorka hovoří o segmentaci v Tabulce č. 3 na str. 44.

**Výběr zdrojů, korektnost citací**

**B - velmi dobře**

Autorka svůj výzkum opírá o kvalitní výběr odborné literatury s cílem zjistit dosavadní stav poznání a doložit téma názory odborníků na danou problematiku. Zvolený citační styl odpovídá citační normě – jen umístění citací v textu není dle zvyklostí v rámci věty před tečkou za větou, ale až za větou.

**Další komentáře a hodnocení**

Předložená bakalářská práce je přínosná a inspirativní především díky detailnímu zpracování a hloubce všech vypracovaných analýz. Současně je potřeba ocenit pečlivost a kreativní přístup autorky, která svůj návrh komunikační kampaně pro zvolený startup vypracovala do nejmenších detailů. Inspirativní pojetí kampaně a preciznost při využití teoretických marketingových znalostí při vypracování návrhu náročné kampaně v digitálním prostředí svědčí o hlubokém zájmu autorky o studovaný obor.

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

I přes drobné jazykové prohřešky uvedené výše byly myšlenky autorky bakalářské práce jasně a správně komunikovány. Pečlivé zpracování a prokázaná odbornost autorky je patrná z každé kapitoly. Bakalářská práce je přínosným textem pro vědní obor marketing.

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

**Otázky oponenta:**

1. V části práce věnované osobnímu prodeji zdůrazňujete schopnost aktivního naslouchání a konzultativním prodejním dovednostem specializovaných zdravotních sester. Význam vzdělávání zákazníků je v tomto oboru obzvláště důležitý pro budování důvěryhodnosti firmy a dané značky. Mohla byste prosím podrobněji vysvětlit, jaké konkrétní edukační strategie a metody používají tyto sestry při edukaci zákazníků? Jakou roli hrají tyto strategie v celkovém procesu zvyšování povědomí a důvěry zákazníků v nabízené služby?
2. V úvodu své práce zmiňujete, že v České republice se centrem startupů stala Praha díky vysoce kvalifikovaným technologickým talentům a vládním programům na podporu startupů a inovací. Mohla byste, prosím, některé aktuální programy na podporu startupů a inovací jmenovat?

Datum: 25.1.2024

Podpis: *Ladislava Krihova*