

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Návrh komunikační kampaně pro vybranou organizaci
Jméno autora:	Lucie Zelená (469299)
Typ práce:	bakalářská
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>Bakalářská práce se zabývá návrhem komunikační kampaně pro vybranou společnost. Předložená bakalářská práce má jasně vymezenou tematiku. Autorka definovala následující cíl práce: "Cílem této práce je analýza současného stavu komunikační strategie a vytvoření návrhu nové marketingové kampaně. "</p> <p>Autorka se v rámci bakalářské práce zaměřuje na analýzu a hodnocení současného stavu komunikačního mixu a navrhuje kroky vedoucí ke zlepšení. Bakalářská práce má průměrný teoretický základ. Vymezení problému autorkou práce je průměrné a formulace cílů odpovídá úrovni bakalářské práce.</p>	

Splnění zadání	splněno
<p>Předložená závěrečná práce splňuje zadání a stanovené cíle práce byly splněny na průměrné úrovni. Bakalářskou práci považují za průměrnou.</p>	

Aktivita a samostatnost při zpracování práce	B - velmi dobře
<p>Autorka přistupovala ke zpracování zadané problematiky samostatně a odpovědně. Lze jí pochválit za systematickou práci. Veškeré připomínky byly v rámci práce zapracovány a lze konstatovat, že práci tato poslední revize velmi prospěla. Autorka plnila harmonogram konzultací a chodila na ně připravena.</p>	

Odborná úroveň	C - dobře
<p>Teoretická část popisuje marketingový a komunikační mix s aplikací do sportovního marketingu. Praktická část je věnována popisu a analýze současného stavu komunikačního mixu sportovního klubu. Následně je proveden sběr dat, vyhodnocení získaných údajů, jejich porovnání a v závěru jsou navrženy kroky na odstranění zjištěných nedostatků pro zlepšení marketingové kampaně klubu. Závěrečná kapitola se věnuje zhodnocení získaných informací a tvorbě doporučení. Analýza je na průměrné úrovni, autorka zná dobře prostředí zkoumané společnosti. Práce má logickou stavbu. Autorka nedostatečně formulovala závěry práce a velmi bych ocenila její vlastní komentáře v závěru práce. Naopak autorku lze pochválit za definování nereprezentativní marketingové sondy.</p>	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	C - dobře
<p>Formální úroveň práce je v souladu s požadavky na bakalářskou práci. Rozsah práce je odpovídající. Nicméně za slabou stránku práce lze považovat redakci práce v kontextu s jazykovou úrovní a neprovedenou jazykovou korekturou.</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 standardní počet zdrojů. Silou stránkou práce je precizní citační korektnost</p>	

v rámci teoretické části práce, bibliografické citace jsou uvedeny úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami. Závěrečná práce byla zkontrolována na plagiátorství v databázi Theses.cz a s veškerými zdroji je shoda práce pod 5%. Veškeré přímé citace autorka řádně citovala.

Další komentáře a hodnocení

Vedoucí práce považuje bakalářskou práci za průměrnou. Analýza a vlastní návrhy práce jsou slabší.

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

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

Otázka k obhajobě:

Cílovou skupinou pro komunikaci by mohli být i rodiče dětí. Předložte u komise návrh propagační kampaně (claim kampaně, nástroje komunikačního mixu, časový harmonogram, cíle kampaně a rozpočet) orientovaný právě na danou cílovou skupinu.

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

Datum: 3.6.2019

Podpis: Ing. Petra Jílková, Ph.D.