



POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Patrik Šustr

Název práce: Marketingová komunikace vybraného minipivovaru na sociální síti Facebook

Autor posudku: Ing. Jakub Lisa

Cíl práce: Charakterizovat marketingovou komunikaci Pivovaru Loutkář na sociální síti Facebook, vč. navržení zlepšení

| Povinná kritéria hodnocení práce | Stupeň hodnocení (známka) | | | | | |
|--|---------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | A | B | C | D | E | F |
| Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Vymezení cíle a jeho naplnění | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Zpracování teoretických aspektů tématu | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Zpracování praktických aspektů tématu | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Hloubka a správnost provedené analýzy | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Práce s literaturou | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Logická stavba a členění práce | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Jazyková a terminologická úroveň | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Formální úprava a náležitosti práce | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Vlastní přínos studenta | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Anti-plagiátorský systém kontroly vykázal 11 % shodu. Při přezkoumání bakalářské práce a se znalostí detailů o podobnostech v textu, lze konstatovat, že práce je řádně opatřena citacemi. Zejména se jedná o odbornou literaturou s odkazem na marketing.

Dílčí připomínky a náměty:

Autor se zaměřil na téma marketingové komunikace. Po formální stránce je práce vyhovující. Teoretická část je zaměřena na danou problematiku. V teoretické části autor popisuje různé typy marketingu, základní marketingové strategie a nástroje. V teoretické části absentuje popis nebo vysvětlení termínu „benchmark“. Tento termín je zmiňován v bakalářské práci několikrát a má zásadní význam. Zároveň je součástí jedné z výzkumných otázek. V rámci praktické části autor definoval celkem šest výzkumných otázek, které se týkají marketingové komunikace Pivovaru Loutkář a konkurenčních pivovarů. Autor

popisuje výzkumné metody. Detailně rozebírá získaná data. Základní výzkumnou metodou byl dotazník. Na všechny výzkumné otázky autor odpověděl.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Teoretická část práce je vymezena a popsána v rozsahu umožňujícím aplikovat na praktickou část, byť některé odborné termíny absentují. Praktická část je zaměřena na analýzu marketingové komunikace minipivovaru, jakož to subjektu vyrábějící specifický produkt. Výsledky jsou promítnuty do přehledné formy. Autor zvládá pracovat s odbornou literaturou. Zvládá sestavit výzkumné otázky a následně na ně odpovědět. Jazyková a terminologická úroveň, i přes drobné nedostatky, odpovídá kvalitě bakalářské práce. Nicméně je nutné upozornit, že autor se občas překlikl v označení určitého článku např. str. 40 chybné uvedení čísla tabulky. Student naplnil zvolené výzkumné otázky. Závěry jsou z práce zřejmé vč. doplňujícího autorova komentáře.

Otázky k obhajobě:

1/ Vysvětlete termín „benchmark“, a proč je pro marketing důležitý?

2/ V čem se zásadně liší marketingová komunikace zkoumaného minipivovaru od ostatních minipivovarů?

3/ Jaká konkrétní opatření či změnu navrhuje pro ještě vyšší zkvalitnění marketingové komunikace zkoumaného minipivovaru?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: B

V Hradci Králové, dne 14. května 2023

podpis