

POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Marketingová strategie nové mobilní aplikace

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Stratílková Žaneta

Vedoucí práce: Ing. Kamila Tišlerová, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	X
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	X
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
Struktura práce	Úplná, logická	X
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
Literatura a práce s ní	Originální prameny	X
	Aktuální prameny	
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využitě, organicky zapracované	
	Využitě pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využitě	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	X
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Autorka se zabývá on-line komunikací ve veřejné správě a za tím účelem chce stanovit marketingovou strategii pro vyvinutou mobilní aplikaci. Teoretická část sice částečně poskytuje vhodná výchoska, na druhou stranu ale obsahuje poměrně obecné teorie (SWOT analýza, atp), ne zcela přínosné pro aplikační část práce. Naopak produkt je natolik specifický, že by bylo prospěšné získat informace specifické právě pro něj. Součástí strategie je i návrh komunikace, kde autorka vhodně zohledňuje charakter trhu, tedy B2B (resp. B2G). Nelze upřít erudovanost, nicméně pro podloženou strategii by bylo třeba prokázat více důvodů (konkurenčních výhod), pro které má být daný produkt preferován, některá tvrzení jsou lehce zavádějící (neboť i obyčejné webové stránky umožňují značnou interaktivitu). Současně bylo provedeno pilotní testování, na základě kterého může být strategie dále korigována.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jakým způsobem získáte občany (jako uživatele)?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Bude komunikace spojená se zaváděním výrobku (aplikace) nějak diferencovaná?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Jak budete pracovat se zaměstnanci veřejné správy, kteří dosud nejsou uživateli sociálních sítí?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Klasifikace	výborně	
	velmi dobře	X
	dobře	
	nevyhovující	

Datum: 04.01.2019

Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz