

# ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

## Posudek oponenta diplomové práce

Název práce **Public relations ve zvolené firmě**

Student **Bc. Kristina Tasková**

Vedoucí práce **Ing. Pavel Pánek**

Pracoviště **Katedra řízení**

Oponent **Ing. Lukáš Novotný**

Téma práce a její význam	1	2	3	4
Formulace cílů práce	1	2	3	4
Metodika zpracování	1	2	3	4
Práce s daty a informacemi	1	2	3	4
Celkový postup řešení	1	2	3	4
Teoretické zázemí autora	1	2	3	4
Členění práce (kapitoly, podkapitoly, odstavce)	1	2	3	4
Práce s odbornou literaturou (citace, norma)	1	2	3	4
Úroveň jazykového zpracování	1	2	3	4
Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	1	2	3	4
Formální zpracování celkový dojem	1	2	3	4
Splnění cílů práce	1	2	3	4
Závěry práce a jejich formulace	1	2	3	4
Odborný přínos práce a její praktické využití	1	2	3	4
Souhrn a klíčová slova odpovídají obsahu práce	1	2	3	4
<b>Celkové hodnocení práce známkou</b>	<b>2</b>			

Hodnocení: 1 = nejlepší

Datum 5. 4. 2021

.....  
podpis oponenta práce

**Odůvodnění hodnocení a celkové shrnutí:**

Hlavním cílem diplomové práce je na základě analýzy PR navrhnout optimalizační doporučení pro zefektivnění postupů. Zvolená metodika v pořádku.

Literární rešerše obsahuje většinu relevantních zdrojů, a to v podobě adekvátního detailu k diplomové práci.

Praktická část začíná představením zkoumané společnosti, jejími PR aktivitami a pak hlavně samotným jádrem diplomové práce – procesem tvorby newsletteru.

Proces je poměrně dobře strukturován, ale tomu už neodpovídá samotný návrh, který je na jedné stránce "splácán" dohromady. Samotné návrhy nejsou špatné, ale obecné, často ve formě hypotéz – chybí mi zde minimálně ověření u zaměstnanců, nějaké strukturované rozhovory a prostě větší detail. Celkově popisná a průměrná práce bez většího strategického pohledu.

**Otázky k obhajobě:**

1. Jaký je rozdíl mezi PR a reklamou?
2. Jaké nástroje interní komunikace znáte?



Datum 5. 4. 2021

.....  
podpis oponenta práce