

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

## POSUDEK Oponenta ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

**Název práce:** Marketingová komunikační kampaň pro společnost Novum Global a.s.

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Pelej Adam

**Oponent práce:** Ing. Monika Ryšavá

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

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

<b>Vlastní přínos práce</b>	Formulace původních závěrů	
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	<b>X</b>

## Další hodnocení:

Práce se zaměřuje na marketingovou komunikaci v oblasti B2B v retailu. Práce musím hodnotit kriticky v několika oblastech. Teoretická část není provázána s praktickou částí. V praktické části chybí použití metody analýzy, která je popsána v teoretické části (SOSTAC), zároveň autor nevyužil ani shrnutí slabých a silných stránek pomocí matice SWOT, která by autorovi přinesla komplexní a ucelené shrnutí analýzy jak samotné organizace, konkurence, tak i spotřebitelů. Tudíž analýza je provedena nedostatečně, bez jasných průkazných závěrů. Zároveň by práci bylo třeba doplnit o dotazníkové šetření pracovníků marketingového oddělení, v práci jsou dotazováni pouze pracovníci obchodního oddělení, kterých se autor dotazuje na marketingovou komunikaci, které nepatří do jejich kompetence. Zároveň struktura dotazníku vykazuje chyby ve struktuře, otázky jsou velmi obecné s nejasným cílem, tudíž získané informace jsou velmi těžko zpracovatelné. Chybí vyhodnocení cíle získaných dat. Dále v práci zcela chybí metody vyhodnocení kampaní, měření úspěšnosti, stanovení KPI apod. a to jak jejich popis v teoretické části, tak použití v praktické části. Výsledky jsou velmi popisné, nejedná se o zpracování. V návrhu řešení není jasné, jak autor k řešení dospěl, vizuální návrh kampaně zpracovaný autorem práce je bez jasné marketingové strategie, chybí "key message" a přínosu pro zákazníka tzv. "reason why", bez specifikace přednosti (USP) produktu pro zákazníka. Zároveň chybí časový plán kampaně a jasně stanovené konkrétní cíle zaměření kampaně (je jen popsáno např. budování povědomí, ale už není zpracováno jak tohoto chce autor dosáhnout). Rozpočet je velmi nerealistický a neodpovídá vhodnému rozložení mezi jednotlivé kanály. Celkově je navržená marketingová kampaň velmi obecná, bez jasně vydefinovaných a popsaných kampaní. Doporučuji se zaměřit více detailně na menší okruh vybraných kanálů online kampaně, které ale půjdou více do detailu a nabídnou komplexní řešení a jasná, konkrétní doporučení pro danou firmu. Použité zdroje jsou velmi nedostatečné. Doporučení jen velmi volně navazují na zjištěná data, jsou vágní a hodně subjektivní. Práce obsahuje menší formální chyby.

## Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jak se změnilo spotřebitelské chování zákazníků v retailu během epidemie Covid 19 ?

## Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jaký je neprodávanější produkt společnosti a proč jste se na něj nezaměřil v kampani ?

## Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Jedná se o prodejně řízenou firmu. Jaká jsou úskalí tohoto nastavení firmy oproti marketingově řízené firmě ?

## Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

<b>Výsledné hodnocení</b>	doporučuji k obhajobě	
	nedoporučuji k obhajobě	<b>X</b>

**Datum: 19.05.2024**

\_\_\_\_\_  
**Podpis oponenta práce**

**VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.**

info@vsem.cz, www.vsem.cz