



POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno studenta: Bergmann Michal
Název práce: Video marketing firmy Kola-Rtyně
Autor posudku: Václav Zubr
Cíl práce: Cílem diplomové práce je vylepšení postavení firmy Kola-Rtyně na trhu prostřednictvím reklamní kampaně využívající video marketing.

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

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Práce byla vyhodnocena v Odevzdej.cz (celková podobnost 0%) – práce neobsahuje žádné shodné pasáže.

Dílní připomínky a náměty:

Autor práce pracoval systematicky, se společností spolupracuje dlouhodobě a téma je pro něho lidsky i odborně blízké, při zpracování práce spolupracoval s vedením společnosti. Při psaní práce přiměřeně konzultoval s vedoucím práce, připomínky vedoucího akceptoval, přicházel s vlastními návrhy a řešeními.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Práce je zaměřena na video marketing společnosti Kola-Rtyně, se kterou autor práce spolupracuje na otázkách marketingu dlouhodobě. První část práce popisuje teoretická východiska potřebná pro

zpracování a pochopení praktické části (internetový marketing, video marketing, marketing na sociálních sítích, nástroje pro analýzu návštěvnosti a proces tvorby reklamního videa).

Druhá část práce se zabývá představením společnosti Kola-Rtyně a vlastní přípravou video marketingu pro danou společnost. Autor v této části využil teoretické poznatky, na jejichž základě vytvořil sadu videí, která byla publikována dle vytvořeného plánu. Ze zjištěných dat vyplývá, že videa napomohla k udržení stabilní pozice firmy na trhu s jízdami koly v Podkrkonoší. Autor s využitím metrik hodnocení „návštěvnosti“ zodpověděl položené výzkumné otázky a v závěru navrhl možná doporučení. Cíl práce byl naplněný.

Práce je v souladu s Výnosem děkana 1/2000 ve znění posledních úprav ze dne 12. 1. 2011.

Otázky k obhajobě:

1. Máte nějaká doporučení, jak je možné marketingovou kampaň analyzované společnosti zefektivnit?
2. Jakým způsobem ovlivnila situace ohledně COVID-19 podnikání firmy Kola-Rtyně? Jaký předpokládáte vývoj v roce 2022+ v souvislosti s vývojem situace na Ukrajině?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: A

V Hradec Králové, dne 23. května 2022

podpis