

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Návrh marketingové komunikace taneční školy

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Vesecká Jana

Oponent práce: Ing. Peter Matisko, Ph.D.

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

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

Další hodnocení:

Bakalářská práce je se zabývá marketingem taneční školy. Text je psaný čtivě, neobsahuje zásadní formální ani gramatické chyby. Po obsahové stránce mám následující výhrady. * Pro marketing je důležité analyzovat klienta a hodnoty, které hledá. Mix 4P je pro takovou analýzu nedostatečný, protože se klientem vůbec nezabývá. Je důležité použít další modely jako 4C nebo SIVA. * Segmentace popsána v práci je převážně intuitivní a neodkazuje se explicitně na žádné zdroje nebo získaná data. Samotné dotazování existujících klientů není pro získání objektivních dat dostatečné, protože obsahuje nenáhodný vzorek s přirozeně vychýleným (biased) vnímáním směrem k pozitivům. Zákazníci, kteří by školu hodnotili negativně do ní pravděpodobně už nechodí. Proto je důležité získat informace od potenciálních klientů, kteří si danou školu nevybrali nebo ji opustili. * Jako podstatný nedostatek hodnotím poslední kapitolu, která shrnuje doporučení. Text je psaný intuitivně, neodkazuje explicitně na data ani zdroje. Mnoho pojmů je vágních, subjektivních a nedefinovaných. Například „moderní vzhled“, „může pozitivně zapůsobit“, „na webu by měly být informace o ...“, „...nepůsobí dobře“ a podobně. Akademická práce se musí vyjadřovat explicitně a metriky musí mít jasnou definici. * Celkově z rozhovorů a analýzy webu a konkurence nejsou vyvozené hlubší závěry. * Marketingová práce by měla jít ve zpracování dat víc do hloubky, hledat objektivní odpovědi na to, jak se odlišit, jaké jsou typické námitky potenciálních klientů a jak je překonat, kdo je ideálním klientem, jak komunikuje a rozhoduje se a podobně. Když je v doporučeních uvedeno, že škola má mít Instagram, je potřeba uvést proč, jaké výhody škole přinese, kdo a jak jej bude udržovat, kolik to bude stát a jaké výsledky lze očekávat. Zdůvodnění, že Instagram je populární a proto jej škola má využívat, je naprosto nedostatečný. * Práce neobsahuje žádné grafické prvky, grafy ani obrázky * I přes uvedené námitky práci doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Popište, jak si představujete udržování Instagram účtu pro zmíněnou taneční školu. Kdo jej bude administrovat, jaký bude rozpočet na reklamu, jaký výsledek očekáváte?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jaké jsou důvody, proč si potenciální zákazníci uvedenou školu nevyberou? Jaké má nevýhody oproti konkurenci? Jaké jsou hlavní konkurenční výhody a nevýhody?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

| | | |
|--------------------|-------------------------|----------|
| Výsledné hodnocení | doporučuji k obhajobě | X |
| | nedoporučuji k obhajobě | |

Datum: 15.06.2022

Podpis oponenta práce