

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Public relations dražební společnosti

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Janša Petr

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

Práce splňuje zadání	Ano	X
	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 využité, organicky zapracované	X
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	X
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	X
	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:

Autor uchoпил problematiku poměrně odborně. Téma, které se zabývá i měřením PR, nebývá často zpracovávané s odkazem na obtížnou měřitelnost. Teoretické podklady jsou hluboké, takže dávají možnost opravdu důkladného posouzení, analýz a relevantních, dostatečně konkrétních, návrhů a doporučení. Z uvedené metodiky zcela nevyplývá, jak bylo dosaženo oslovení cílové skupiny (je sice popsán pretest, ale ne hlavní vzorek), metodika je i vzhledem k aplikační části poměrně matoucí. Např. kapitola "3.1.6 Vnímání PR aktivit mezi zákazníky společnosti" by evokovala, že autor dotazuje zákazníky. Nicméně jedinými respondenty jsou zaměstnanci dražebních společností, a ti se vyjadřují k tomu, jak svou PR strategii realizují. Další výhradou k metodice je autorova interpretace závislosti věku, pohlaví a vzdělání na tom, jakou má daná společnost metodiku vyhodnocování PR. Jistě je právě daná osoba často autorem konkrétních přístupů k měření, nicméně bezesporu podstatnější roli hraje například velikost organizace (1-100 zaměstnanců). Autor ve zpracování údajů a interpretaci značně tápe. Je nutné ocenit snahu o kontingenční tabulky, které zřejmě byly provedeny opravdu důkladně, nicméně o to více je pak nutný "nadhled" a úsudek v interpretaci dat. Bohužel v závěru, kde autor by měl shrnout svá zjištění, tak spíše popisuje metodiku a to, co dělal (než k čemu tedy došel). Autor sice seběvědomě prohlašuje, že cíl byl splněn, ale jelikož svá doporučení vyvozoval na základě "benchmarkingu" (zkoumal, jak se k PR staví v jiných společnostech), měl by si být vědom určitých limitů tohoto přístupu a nevyužitého potenciálu. Jelikož se v práci autor zabýval i různými způsoby měření PR, nebylo by od věci nějaká doporučení i v tomto směru pro danou společnost vyvodit. Doporučení o tom, že některé aktivity má daná společnost outsourcovat, nemají nikde konkrétní podložení. Jedná se o práci s náročnou problematikou a doporučuji ji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Chcete říci, že zaměstnanci dražební společnost prověřují úspěšnost PR v závislosti na tom, zda danou pozici PR manažera vykonává žena či muž? Jaké je logické opodstatnění tohoto vašeho zjištění? (Na straně 32 uvádíte, že "Podle dosažené změny v chování veřejnosti prověřují úspěšnost jednotlivých PR dle odpovědí nejvíce ženy ve věku 30 až 45 let")

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Které aktivity doporučujete pro danou společnost outsourcovat a proč?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Uvádíte, že "Dražební společnost doposud nepoužívá žádné hodnocení ani systematické posouzení kvantity ani kvality svých výstupů v rámci public relations". Jakou metodiku byste jí tedy doporučil?

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: 16.05.2020

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz