

**POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE**

**Název práce:** Nastavení komunikační strategie pro mileniály v CK Čedok

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Banková Vladyslava

**Oponent práce:** Doc. Ing. Zdeněk Linhart, CSc.

<b>Práce splňuje zadání</b>	Ano	<b>X</b>
	Ne	
<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	<b>X</b>
	Relativně jednoduché	
<b>Struktura práce</b>	Úplná, logická	<b>X</b>
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
<b>Literatura a práce s ní</b>	Originální prameny	<b>X</b>
	Aktuální prameny	<b>X</b>
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využitě, organicky zapracované	
	Využitě pasivně, věcně správně citované	<b>X</b>
	Nedostatečně využitě	
<b>Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)</b>	Optimální množství	
	Postačující množství	<b>X</b>
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	<b>X</b>

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

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

## Další hodnocení:

Cílem práce je poskytnout doporučení pro komunikační strategii CK Čedok pro mileniály. Takto definovaný cíl nepojmenovává měřený konstrukt a místo něj nadřazuje autorku, která je ochotná poskytnout doporučení. Proto oponent nemá podklad k hodnocení výsledku, jen postupu. Autorka opakuje, co řekli respondenti, ale jejich odpovědi nijak nezpracovává. Mohla porovnat mileniály s jiným segmentem a z rozdílu odvodit pořadí i použití zjištěných odlišností. Tento komentář patří k označené kritice "Využitě pasivně, věcně správně citované" a "Chybí formulace vlastních závěrů". Datové podklady jsou bohaté, statistické zpracování chybí, a proto v závěru po zopakování cíle je věta - cituji "Na základě polostrukturovaného rozhovoru s produktovým manažerem cestovní kanceláře Čedok bylo zjištěno, že CK Čedok se nachází nejdéle na trhu cestovního ruchu v České republice a jejich klienti mají především jistotu kvality, mimo jiné CK Čedok přichází stále s novými produkty a rozšiřuje své portfolio. Toto tvrzení může být pravdivé, ale pro absenci komparace dat je nehodnotitelné.

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

Může autorka vysvětlit větu ze závěru - cituji "Dotazníkové šetření posloužilo k vstupním datům k doporučení v oblasti komunikační strategie pro mileniály"?

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

Jakými odpověďmi respondentů dokládáte návratnost investice 115 000Kč bez DPH do influencera?

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

Vysvětlíte změnu obratu sledované firmy na rozdíl mezi stavem, kdy influencer bude placen a současným stavem, kdy placen není.

## Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Klasifikace	výborně	<b>X</b>
	velmi dobře	
	dobře	
	nevyhovující	

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

**Datum: 16.05.2019**

---

**Podpis oponenta práce**

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

info@vsem.cz, www.vsem.cz