

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Komunikační kampaň vybrané organizace

Typ práce: Diplomová práce

Jméno studenta: Krešneová Tereza

Oponent práce: Ing. Břetislav Stromko, MBA

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	X
	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	
	Aktuální prameny	X
	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:

Studentka si za téma své diplomové práce zvolila komunikační kampaň vybrané organizace, cílem tak je přímo návrh nízkonákladové komunikační kampaně pro Moudrá Sovička, z. s. a službu Hodinový ajťák. Jako podklady pro návrh posloužily zejména interní materiály dané organizace, rozhovor s pracovníkem a výsledky dotazníkového šetření. Teoretická část práce je zpracována kvalitně a odpovídá tématu práce. Studentka se věnuje náležitým pojmům z marketingové komunikace (nízkonákladový marketing, guerilla marketing a další), stejně tak řeší problematiku neziskových organizací a seniorů. U některých zdrojů bych ocenil jejich větší aktuálnost - zvláště pokud se jedná o témata jako virální nebo internetový marketing, kde jde vývoj stále rychle vpřed; místy by také měla být pestrost zdrojů větší (např. strana 9). Kapitola 2 je pak zakončena dostatečným a podrobným popisem metodiky, což oceňuji! Dotazník bych doporučoval podrobnější a některé otázky lépe formulovat, tabelizovaná data z dotazníku by se měla objevit jako příloha práce. Praktická část začíná popisem organizace Moudrá Sovička, z. s. a jejích cílů a historie - zde by bylo místy vhodné lépe odkazovat na zdroje. Následuje již pak samotný postup a návrh komunikační kampaně, který náležitě využívá výsledků vlastního výzkumu a propojení na teoretickou část. Předložený postup je logický, pozitivně rovněž hodnotím, že je zahrnut také finanční aspekt celé kampaně. Bylo by vhodné zlepšit kvalitu abstraktu v angličtině. Práce dále obsahuje některé formální nedostatky. V seznamu literatury u monografií chybí v záznamu často počty stran, číslování stran v sekci přílohy také není v souladu s pokyny. Na diplomové práci je vidět zájem autorky o danou problematiku. Práci doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Na jakých sociálních sítích se čeští senioři nejčastěji vyskytují a proč? Jaké jsou jejich počty? Liší se na jednotlivých sítích nějak jejich profily a činnosti?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Pro kampaň na Facebooku je zvolena i soutěž. Jaká má Facebook omezení pro pořádání soutěží a jak by to ovlivnilo popisovanou kampaň?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Jak by bylo možné měřit konverze na zákazníky z jednotlivých komunikačních kanálů? Prosím, navrhnete řešení a svou odpověď odůvodněte.

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Klasifikace	výborně	X
--------------------	---------	----------

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

	velmi dobře	
	dobře	
	nevyhovující	

Datum: 29.05.2016

Podpis oponenta práce