

POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Komunikační strategie ekologických témat společnosti Dáme jídlo

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Kudrnáč Adam

Vedoucí práce: Ing. Břetislav Stromko, MBA

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	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	
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	X
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)	Optimální množství	
	Postačující množství	X
	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:

Student si za téma své bakalářské práce zvolil nastavení komunikační strategie ekologických témat společnosti Dáme jídlo. Tomu odpovídají i formulované cíle práce. V teoretické části je pozornost správně zaměřena na oblast marketingové komunikace, segmentace trhu a oceňují, že se autor vzhledem k tématu také správně věnuje ekologickým trendům v rozvozu jídla. Odkazování na zdroje a citace jsou na dobré úrovni, pouze místy není přesně jasné, odkud bylo čerpáno. V problematice digitálního marketingu a nástrojů měly být použity novější zdroje. Metodika je náležitě popsána v samostatné kapitole. Ke sběru dat student využil dotazníkové šetření. Vzor dotazníku lze správně dohledat v přílohách práce, v nich však chybí získaná tabelizovaná data. Student zbytečně prezentuje některá data z dotazníku již v metodice a tak zdvojuje prezentaci výsledků. Praktická část začíná představením společnosti Dáme jídlo. Bohužel v rámci celé práce autor udává několik informací o firmě Dáme jídlo, které nejsou pravdivé, či aktuální (např. přítomnost na slovenském trhu), případně jsou nepřesné a nedostatečné. To snižuje kvalitu těchto kapitol. Následuje vyhodnocení dotazníkového šetření, to je poměrně zdařilé. Na konci této kapitoly pak autor prezentuje konkrétní návrhy a doporučení. K nim lze mít po odborné stránce celou řadu výhrad - kampaň na Facebooku by chtěla mnohem více rozpracovat do detailu. Dále je doporučen nákup obalů, nicméně firma Dáme jídlo zajišťuje rozvoz, obaly spadají do rozhodnutí samotných restaurací! Dále je doporučeno nakoupit 5 elektrokol, ale s objemem objednávek, které firma dělá, by jich bylo potřeba desítky. Nicméně hlavní výhradu mám k naplnění cíle práce. Tím bylo navrhnout komunikační strategii ekologických témat pro společnost Dáme jídlo. V teorii je komunikační mix popisován do detailu, ale v doporučeních chybí závěry pro jednotlivé oblasti komunikačních nástrojů - chybí strategie komunikace, časování, rozpočty. Ano, je částečně rozpracována kampaň na Facebooku a další menší taktiky, to však není dostatečné. Práce dále obsahuje některé nedostatky - např. občasné chyby v gramatice a syntax, překlepy, sekce "Závěry a doporučení" v souhrnu práce měla být konkrétnější.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Popište, jak by společnost Dáme jídlo mohla komunikovat ekologická témata prostřednictvím PR. Uvedte konkrétní nástroje a odůvodněte.

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

V tabulce 2 navrhujete spustit reklamu na Facebooku - co konkrétně by bylo cílem reklamy? Uvedte prosím konkrétní metriky a konkrétní hodnoty! Jak byl stanoven rozpočet? Dává smysl s ohledem na cíle kampaně?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Rozvoz jídla může být považován za neekologický také kvůli obalům, ve kterých je jídlo dováženo. Nicméně pokud si lidé vaří doma, vyprodukují též velké množství obalů, pravděpodobně ještě více. Jak by toto firma Dáme jídlo měla uchopit? Jaké nástroje komunikačního mixu byste zvolil a proč?

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

V práci je prezentován nákup elektrokol. Jaké další alternativní formy dopravy a získání dopravních prostředků by firma Dáme jídlo mohla využít? Jaké by byly výhody a nevýhody těchto způsobů?

Klasifikace	výborně	
	velmi dobře	
	dobře	X
	nevyhovující	

Datum: 28.09.2019

Podpis vedoucího práce