

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Návrh komunikační kampaně na vybraný segment zákazníků společnosti Dáme jídlo.

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Topolčani Samuel

Oponent práce: Ing. Olga Kutnohorská, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	X
	Ne	
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	X
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	X
	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 využitě, organicky zapracované	X
	Využitě pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využitě	
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:

Bakalářské práce byla zpracována s cílem „vypracovat návrh komunikační kampaně pro vybraný segment studentů společnosti Dáme jídlo s cílem stimulovat cílovou skupinu k nákupu“. Lze konstatovat, že hlavní cíl práce byl naplněn. V první části práce se autor soustředí se na téma komunikace, komunikační strategie a komunikační kampaně, dále se věnuje fenoménu food delivery v kontextu segmentu studentů. Připravuje si zde teoretické zázemí, které následně využívá při zpracování praktické části. Teoretická část je pojata poměrně uceleně, autor se dotýká většiny hlavních aspektů této problematiky. Závěrem kapitoly je naznačena metodika práce, v této kapitole je však nevhodné shrnovat výsledky výzkumu prezentovaného v praktické části a počítat náklady na navrhované reklamní kampaně – skutečně by se mělo jednat pouze o popis použitých metod. Stavba textu je logická, citace odpovídají normě, seznam literatury odpovídá literatuře v textu. Pro zpracování praktické části si autor zvolil kombinaci různých metod. Nejprve je představena společnost Dáme jídlo, následuje analýza současného stavu prostřednictvím PEST analýzy, SWOT analýzy a Porterova modelu. Kapitulu uzavírá kvantitativní výzkum na cílovém segmentu, souhrnné statistiky odpovědí na jednotlivé otázky bych doporučila vložit spíše do příloh než do textu. Na základě výsledků shrnutých v předchozích kapitolách je navržena komunikační kampaň. Oceňuji, že tvorba kampaně je podložena množstvím sofistikovaných analýz a že student v práci zohledňuje vysoce aktuální situaci související s šířením covid-19. Práce splňuje požadavky kladené na tento typ prací, proto ji doporučuji k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Jakým způsobem byste ověřil účinnost Vámi navržené kampaně?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Jaké důvody Vás vedly k rozhodnutí zaměřit se právě na segment studentů.

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Na základě čeho byl sestaven dotazník? Byl pilotován?

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Datum: 10.08.2020

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz