

POSUDEK OPONENTA ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Strategie marketingové komunikace pro on-line sjednavač úrazového pojištění

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Vysučková Dita

Oponent práce: Ing. Peter Matisko, Ph.D.

Práce splňuje zadání	Ano	
	Ne	X
Aktuálnost tématu	Velmi aktuální	
	Aktuální	X
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
Náročnost tématu	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	X
	Relativně jednoduché	
Struktura práce	Úplná, logická	
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	X
Literatura a práce s ní	Originální prameny	
	Aktuální prameny	X
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, 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	
	Vhodné doplnění textu	X
	Formální bez užších vazeb na text	

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	X
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Bakalářskou práci bohužel musím hodnotit spíše negativně z několika zásadních důvodů. * Celý text je velmi rozkouskovaný do krátkých odstavců, které na sebe často nenavazují, text se těžko čte a chybí jasný tok informací. Jak praktická, tak teoretická část trpí stejným nedostatkem. * Za nejvážnější problém považuji nesplnění zadání, které popisuje návrh marketingové komunikace. Taková kapitola se v práci nenachází. Kapitola shrnutí výsledků toto zadání plní jen částečně a navíc je logicky i obsahově špatně napsaná. Zmíněná kapitola není ucelenou strategií, která by měla jasně vysvětlit kroky. Jedná se o popis různých nástrojů, kterých vysvětlení patří spíše do teoretické části. Volba těchto nástrojů není vysvětlena, nebo jen velmi obecně, např. str. 30 "Facebook je stále velmi populární a využíváný, a proto je potřeba mít ho zahrnutý v komunikačním marketingovém mixu.", dalším příkladem je první věta na straně 33 o Affiliate marketingu. To, že je FB používáný neznamená, že se hodí na všechny segmenty a všechny firmy. Obdobně affiliate marketing. Podobným stylem jsou popsány všechny nástroje. Bez odkazu na zdroje, bez vysvětlení motivace k použití. * Část informací o marketingové komunikaci lze získat z kapitoly analýza konkurence, která však převážně analytická a postrádá hlubší závěry pro zkoumanou firmu. * Dále tato kapitola postrádá vysvětlenou finanční analýzu (čísla na straně 30 nejsou podložena ani vysvětlená), analýzu rizik a proveditelnosti. U použití tolika nástrojů je také potřeba uvažovat jejich spolupráci a vhodné doplňování. * Některá tvrzení jsou vysloveně špatně. Například. "4 Tabulka 4 a vyplývá z nich, že 72 % respondentů jsou ženy a 28 % respondentů jsou muži. To může být ukazatelem, že o sjednání úrazového pojištění mají zájem především ženy" Jak výběr vzorku souvisí s popularitou služby? * Formální výtka je k použití grafů a tabulek. Jsou to obrázky ofocené v malém rozlišení a text v nich je rozmazaný. Celkově grafika nevypadá vůbec dobře, což je vidět na první pohled. * Faktických, logických i formálních chyb je v práci hodně a proto ji nemůžu doporučit k obhajobě.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

Vysvětlete rozpočet navrhované kampaně. Proč a jak se volily priority a podíl jednotlivých kanálů v rozpočtu. Jaké výsledky z jednotlivých kanálů očekáváte?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Kapitola shrnutí a doporučení se zabývá převážně marketingovými nástroji. Vysvětlete podrobněji, jak budou jednotlivé nástroje komunikovat, jaké texty/slogany budou využité a proč? Bude se lišit marketingová komunikace na FB a PP?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	
	nedoporučuji k obhajobě	X

Datum: 03.06.2021

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz