



POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno studenta: Bc. Jan Řízek

Název práce: Vliv marketingu na konkurenceschopnost podniku

Autor posudku: Ing. Jan Petružálek, Ph.D.

Cíl práce: Cílem diplomové práce „Vliv marketingu na konkurenceschopnost podniku“ je provést analýzu marketingových kanálů v multikině CineStar Hradec Králové a identifikovat jejich publikační aktivity na sociálních sítích, které multikino využívá pro svoji propagaci.

Povinná kritéria hodnocení práce	Stupeň hodnocení (známka)					
	A	B	C	D	E	F
Práce svým zaměřením odpovídá studovanému oboru	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vymezení cíle a jeho naplnění	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba a členění práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava a náležitosti práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Práce byla vyhodnocena v Odevzdej.cz (celková podobnost 11 %). Práce vykazuje tolerovanou míru podobnosti shody, která je dána především rozsáhlou, avšak často parafrázovanou teorií.

Dílčí připomínky a náměty:

K práci mám jen několik dílčích připomínek:

- Hned v úvodní části autor uvádí, že u reklamních bannerů na webových stránkách a e-mailů není možné sledovat dosah. S tímto tvrzením bych určitě nesouhlasil s ohledem na široké možnosti analytických nástrojů, které jsou součástí každého dobrého internetového marketingu.
- Kapitola 4.2. a 4.3. by šlo zestručnit, aby v obou neopakovali podobné informace

- Práce z mého pohledu málo zohledňuje a popisuje to, že reklama je především forma placené propagace. V analýze publikačních aktivit není tento fakt reflektován. Myšleno zejména zda jsou některé či všechny příspěvky finančně podpořeny. Jediná zmínka je patrná z obrázku 17., kde je vidět rozdíl organického vs reklamního dosahu, ale autorem již není více diskutováno.
- Asi bych očekával hlubší rozbor typologie jednotlivých příspěvků.
- V diplomové práci by se dalo uvažovat použití některých statistických metod např. výpočet korelačního koeficientu v datech části analýzy souvislosti počtu publikovaných článků a návštěvnosti.
- Slovo e-mail se píše se spojovníkem.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Diplomová práce je dostatečně rozsáhlá s kvalitní strukturou a definovaným zaměřením. Přes uvedené drobné výtky doporučuji k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

Jaké hlavní rozdíly spočívají v komunikaci a tvorbě obsahu mezi Facebookem, Instagramem a Tik Tokem? Jaký typ obsahu by autor doporučil tvořit firmě CineStar na Youtubu?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: A

V Hradec Králové, dne 8. května 2024

podpis