

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Národní 2600/9a, 158 00 Praha 5

## POSUDEK Oponenta ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

**Název práce:** Strategie marketingové komunikace na internetu ve společnosti XY

**Typ práce:** Diplomová práce

**Jméno studenta:** Klusáčková Anna

**Oponent práce:** Ing. Kamila Tišlerová, Ph.D.

<b>Práce splňuje zadání</b>	Ano	<b>X</b>
	Ne	
<b>Aktuálnost tématu</b>	Velmi aktuální	<b>X</b>
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
<b>Náročnost tématu</b>	Náročné teoreticky i metodologicky	<b>X</b>
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
<b>Struktura práce</b>	Úplná, logická	<b>X</b>
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
<b>Literatura a práce s ní</b>	Originální prameny	<b>X</b>
	Aktuální prameny	
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	<b>X</b>
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	
<b>Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)</b>	Optimální množství	<b>X</b>
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	<b>X</b>
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

<b>Vlastní přínos práce</b>	Formulace původních závěrů	<b>X</b>
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

## Další hodnocení:

Jako cíl práce je v souhrnu i v textu samotné práce uvedena "analýza" současné komunikační strategie, ale současně se jedná i o návrh strategie nové. Vzhledem k tomu, že se jedná o DP, tak nepovažuji vhodné řešeršovat elementární záležitosti typu co to je marketing, marketingový mix, atp. U řešerše týkající se marketingu na internetu by byly vhodnější čerstvější zdroje než rok 2014. Část Metodika je dostatečně vypovídající, vhodně strukturovaná. V práci jsou velmi zřetelně formulovány jak hypotézy, tak výzkumné otázky a podotázky, přičemž výsledky jsou k nim pak důsledně přiřazeny, což činí práci velmi důvěryhodnou. Nechybí ani formulace nové strategie, kde by bylo však vhodnější vynechat podmiňovací způsob a současně mají být návrhy jednoznačné, nikoliv stylem: "na jiných sociálních sítích by podnik také mohl působit,...ale...nemusely by pro něj být tou správnou volbou..." (str. 84) Práce je poměrně komplexní, návrhy jsou podložené a odůvodněné, a proto práci doporučuji k obhajobě.

## Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

V části "jiná doporučení" uvádíte: "možné změna v marketingovém mixu, jako např. v cenách, v dovozu zboží,...by mohly zákazníci odradit". Znamená to, že podnik se nemá dále vyvíjet?

## Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

V návrhu strategie navrhujete založit Instagramový účet. Jak by se podle vás měla komunikace na FB a IG lišit a proč? (prosím příklad relevantní pro danou společnost)

## Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

## Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

<b>Výsledné hodnocení</b>	doporučuji k obhajobě	<b>X</b>
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 19.05.2023

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz