

**POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE**

**Název práce:** Online marketingová a PR komunikace společnosti FTV Prima jako podpora vysílání nového vlajkového seriálu

**Typ práce:** Diplomová práce

**Jméno studenta:** Procházková Lenka

**Vedoucí práce:** Ing. Olga Kutnohorská, 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	<b>X</b>
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	<b>X</b>
	Využité pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využité	

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

<b>Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)</b>	Optimální množství	X
	Postačující množství	
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	X
	Vhodné doplnění textu	
	Formální bez užších vazeb na text	
<b>Vlastní přínos práce</b>	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

## Další hodnocení:

Cíle diplomové práce jsou poměrně obsáhlé. Hlavním cílem je na základě posbíraných dat zhodnotit marketingovou kampaň společnosti FTV Prima a navrhnout doporučení pro budoucí marketingové kampaně nebo placené kampaně na sociálních sítích. Dále zmapovat komunikační kanály FTV Prima, zhodnotit jejich efektivitu a navrhnout možná doporučení pro budoucí kampaně. Lze konstatovat, že cíle byly naplněny. Teoretická část se zabývá marketingovou komunikací a komunikací na sociálních sítích, podává přehled českého mediálního a především televizního trhu. Autorka čerpá z dostatečného množství relevantních zdrojů, citace odpovídají normě. Teoretická část poskytuje kvalitní zázemí pro následující část analytickou. Úvod analytické části je věnován FTV Prima a představení seriálu Slunečná, dále je popsán komunikační mix FTV Prima, provedena analýza marketingového prostředí a benchmarking s TV Nova. Zjištěné skutečnosti jsou komentovány a závěrem jsou vyslovena doporučení. Velmi oceňuji metodické zpracování této části, prezentaci adekvátních metrik a posouzení nákladovosti jednotlivých návrhů. Ke psaní práce autorka přistupovala iniciativně, na případné připomínky reagovala pozitivně a zapracovala je do textu. Práce splňuje požadavky kladené na tento typ prací, proto ji doporučuji k obhajobě.

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

Pokud byste měla identifikovat jednu největší slabinu komunikace FTV Prima, která by to byla? Jak ji navrhuje řešit?

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

Co je podle Vás zásadním faktorem úspěšnosti seriálu Slunečná? Lze ho aplikovat i na další tvorbu FTV Prima?

## 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

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

**Datum: 09.06.2022**

---

**Podpis vedoucího práce**

**VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.**

info@vsem.cz, www.vsem.cz