

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

## POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

**Název práce:** Návrh obsahu marketingové komunikace společnosti Hamé s.r.o.

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Kyjanka Kateřina

**Vedoucí práce:** Dr. Mgr. Jiří Boháček

<b>Práce splňuje zadání</b>	Ano	<b>X</b>
	Ne	
<b>Aktuálnost tématu</b>	Velmi aktuální	
	Aktuální	<b>X</b>
	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	
	Aktuální prameny	<b>X</b>
	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:

Práce odvozuje doporučení obchodní značky Hamé pro vylepšení obsahu marketingové komunikace na pro masozeleninové příkrmy Hamánek na základě zjištěných preferencí spotřebitelů. Jako komunikační platformu volí aktuální sociální sítě a reklamu na nich. Výsledky rozboru marketingové komunikace zvoleného produktu byly srovnávány s obsahy mkt. komunikace vybraných konkurenčních produktů. Jádrem práce je vlastní kvalitativní šetření se specifickou cílovou skupinou zákazníků příkrmů pro děti. Byly odhaleny zásadní faktory ovlivňující jejich spotřební chování a na základě poznatků byla odvozena logická, konkrétní doporučení pro firmu Hamé pro propagaci příkrmu Hamánek na sociálních sítích.

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

Jak by mohla vypadat navrhovaná soutěž na sociální síti propagující příkrm Hamánek?

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

Které grafické prvky používané konkurenčními značkami by mohly zvýraznit atraktivitu komunikace Hamánku?

## 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: 17.12.2020

\_\_\_\_\_  
Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz