



## POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Jan Mach

**Název práce:** Strategie digitální marketingové komunikace ve vybrané neziskové organizaci

**Autor posudku:** Ondřej Moravec

**Cíl práce:** Zjistit, jak lze využít metody digitálního marketingu pro lepší komunikaci v neziskové organizaci

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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Na základě výsledku provedené antiplagiátorské kontroly (skóre 11%) nemám důvod pochybovat o původnosti práce. Detekované shody vesměs souvisí s texty právních předpisů či jiných pramenů práva, případně s citacemi prací jiných autorů v teoretické části. Neidentifikoval jsem žádný nepřiznaný zdroj.

### Díličí připomínky a náměty:

Autor v práci analyzuje jednotlivé metody digitálního marketingu z hlediska jejich uplatnitelnosti v neziskovém sektoru. Dospívá k závěru, že uplatnění těchto metod je v prostředí neziskové organizace zatíženo podobnými deficity, které provázejí jiné metody marketingu, tj. nedostatek finančních prostředků, nedostatek know-how a nedostatečné měření výkonu a sledování organizačních cílů. V praktické části pak dospívá k závěru, že nezisková organizace, jejíž digitální marketingovou komunikaci sledoval, se i v oblasti digitálního marketingu potýká s obdobnými nedostatky. V této souvislosti se tak nabízí

otázka, zda se jedná o nedostatky specifické pro komunikaci neziskových organizací, nebo zda se s obdobnými obtížemi potýkají i subjekty založené za účelem dosažení zisku. Dále je pak otázkou, zda znaky, které neziskovou organizaci dle autora vymezují (právnícké osoby založené za jiným účelem než podnikání, resp. dosahování zisku, uspokojující konkrétní potřeby občanů a komunit) s těmito obvyklými obtížemi nějak souvisí, či nikoli.

Po formální stránce nemám k práci zásadnějších připomínek. Je psána srozumitelným jazykem, logicky dobře členěna, formálně správně upravena. Vytknout lze občasné gramatické chyby (shoda přísudku s podmětem, např. na s.3), které se ovšem v práci vyskytují v únosné míře.

#### **Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:**

Autor ve své práci nabízí solidně zpracovaný přehled metod současného digitálního marketingu a teoretické poznatky, které shromáždil literární rešerší, dokáže aplikovat v konkrétní praktické situaci. Cíl práce je tak naplněn, byť dle mého názoru není zcela dotažen. Doporučil bych věnovat pozornost otázce, zda nástroje digitálního marketingu mají potenciál kompenzovat slabé stránky plynoucí z neziskové povahy organizací (tj. např. nedostatek know-how zmiňovaný autorem).

#### **Otázky k obhajobě:**

Při obhajobě, nechť se autor vyjádří k těmto otázkám:

1. Které z nástrojů digitální komunikace prezentovaných autorem na s. 4 práce, mají potenciál řešit problémy digitálního marketingu v neziskovém sektoru vymezené na s. 21-22 práce?
2. O jaké argumenty autor tento svůj závěr opírá?

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Navržená výsledná známka: C**

**V Hradci Králové dne 19. května 2023**

---

**podpis**



## POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Jan Mach

**Název práce:** Strategie digitální marketingové komunikace ve vybrané neziskové organizaci

**Autor posudku:** Ondřej Moravec

**Cíl práce:** Zjistit, jak lze využít metody digitálního marketingu pro lepší komunikaci v neziskové organizaci

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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování teoretických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zpracování praktických aspektů tématu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Využitelnost výsledků práce v teorii (v praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Na základě výsledku provedené antiplagiátorské kontroly (skóre 11%) nemám důvod pochybovat o původnosti práce. Detekované shody vesměs souvisí s texty právních předpisů či jiných pramenů práva, případně s citacemi prací jiných autorů v teoretické části. Neidentifikoval jsem žádný nepřiznaný zdroj.

### Díličí připomínky a náměty:

Autor v práci analyzuje jednotlivé metody digitálního marketingu z hlediska jejich uplatnitelnosti v neziskovém sektoru. Dospívá k závěru, že uplatnění těchto metod je v prostředí neziskové organizace zatíženo podobnými deficity, které provázejí jiné metody marketingu, tj. nedostatek finančních prostředků, nedostatek know-how a nedostatečné měření výkonu a sledování organizačních cílů. V praktické části pak dospívá k závěru, že nezisková organizace, jejíž digitální marketingovou komunikaci sledoval, se i v oblasti digitálního marketingu potýká s obdobnými nedostatky. V této souvislosti se tak nabízí

otázka, zda se jedná o nedostatky specifické pro komunikaci neziskových organizací, nebo zda se s obdobnými obtížemi potýkají i subjekty založené za účelem dosažení zisku. Dále je pak otázkou, zda znaky, které neziskovou organizaci dle autora vymezují (právnícké osoby založené za jiným účelem než podnikání, resp. dosahování zisku, uspokojující konkrétní potřeby občanů a komunit) s těmito obvyklými obtížemi nějak souvisí, či nikoli.

Po formální stránce nemám k práci zásadnějších připomínek. Je psána srozumitelným jazykem, logicky dobře členěna, formálně správně upravena. Vytknout lze občasné gramatické chyby (shoda přísudku s podmětem, např. na s.3), které se ovšem v práci vyskytují v únosné míře.

#### **Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:**

Autor ve své práci nabízí solidně zpracovaný přehled metod současného digitálního marketingu a teoretické poznatky, které shromáždil literární rešerší, dokáže aplikovat v konkrétní praktické situaci. Cíl práce je tak naplněn, byť dle mého názoru není zcela dotažen. Doporučil bych věnovat pozornost otázce, zda nástroje digitálního marketingu mají potenciál kompenzovat slabé stránky plynoucí z neziskové povahy organizací (tj. např. nedostatek know-how zmiňovaný autorem).

#### **Otázky k obhajobě:**

Při obhajobě, nechtě se autor vyjádří k těmto otázkám:

1. Které z nástrojů digitální komunikace prezentovaných autorem na s. 4 práce, mají potenciál řešit problémy digitálního marketingu v neziskovém sektoru vymezené na s. 21-22 práce?
2. O jaké argumenty autor tento svůj závěr opírá?

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Navržená výsledná známka: C**

**V Hradci Králové dne 19. května 2023**

---

**podpis**