



POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno studenta: Jurůtková Pavla

Název práce: Návrh strategie obsahového marketingu pro firmu Lidl

Autor posudku: Dr. Ing. Vítězslav Hálek, MBA, Ph. D.

Cíl práce: Navrhnout strategii obsahového marketingu na Facebooku, Instagramu a LinkedInu pro společnost Lidl.

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

Vyjádření k výsledku anti-plagiátorské kontroly

Anti-plagiátorským systémem v případě posouzení uvedené práce nevykázal žádnou shodu, proto lze konstatovat, že práce je zcela v souladu s pravidly pro zpracování vysokoškolských kvalifikačních prací.

Dílicí připomínky a náměty:

Po formální stránce je práce vyhovující. Teorie práce je poměrně rozsáhlá, vhodně proložená praktickými příklady.

Konečné zhodnocení je velmi stručné a nedostatečně strukturované. V porovnání s praktickou částí platí, že se studentka již značně omezila v konkrétních vyjádřeních, což je v neprospěch správného a uceleného zhodnocení cílů práce.

Celkové posouzení práce a zdůvodnění výsledné známky:

Teorie k práci je zpracována do detailů, ale chybí jí obecnější vstup do tématu a lepší propojení vazbami mezi jednotlivými detailně popisovanými tématy. Jako pozitivum práce je možné hodnotit intenzivnější propojení teorie, příklady z praxe, přímo související s následnou praktickou částí.

Praktická část je zpracována na příkladě společnosti Lidl, která z obchodníků na našem trhu věnuje on-line marketingu asi nevýznamnější pozornost. Už z toho důvodu je volba zpracovávaného tématu vhodná. Studentka provádí srovnání s nejdůležitější konkurencí, které potvrdilo u zkoumaného subjektu roli leadera trhu. Na základě zpracované analýzy zpracovala studentka návrh nové strategie obsahového marketingu. Tato strategie je kvalitně zpracovaná, řádně odůvodněná a rovněž názorně doložená.

V závěru studentka provádí celkové vyhodnocení, které vyznívá pozitivně. Strategie je prakticky aplikovatelná a pro firmu přínosná. Studentka cíle práce **naplnila**.

Otázky k obhajobě:

1. V čem spočívají hlavní klady dosavadní strategie společnosti Lidl a jakým způsobem tyto pozitiva dále rozvíjí Vaše strategie?
2. Jak se společnost Lidl na trhu profiluje a na jakou cílovou skupinu by měl být její marketing optimalizován?

Práci doporučuji k obhajobě.

Navržená výsledná známka: B

V Hradci Králové, dne 2. května 2020

podpis