



## POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Bc. Pavla Jurůtková  
**Název práce:** Návrh strategie obsahového marketingu pro firmu Lidl  
**Autor posudku:** Tomáš Kala  
**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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka a správnost provedené analýzy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s literaturou	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková a terminologická úroveň	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vlastní přínos studenta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" 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

Celková podobnost: 0% - bez komentáře

### Dílní připomínky a náměty:

V diplomové práci není uvedena kapitola Cíl práce (s příslušnými výzkumnými otázkami a hypotézami), ani kapitola Použité metody.

Praktická část diplomové práce obsahuje celá řada osobních nápadů, tipů, námětů a doporučení na zlepšení úrovně obsahového marketingu společnosti Lidl. Postrádám v ní však terénní průzkum hodnocení, názorů a námětů pro zlepšení mezi zákazníky společnosti Lidl.

V hodnocené diplomové práci není strategie obsahového marketingu zpracována v patřičné formální struktuře, obvyklé u strategických dokumentů a návrhů (například jak je uvedeno v příloze 1 této práce)

Kapitola 5. Shrnutí výsledků a zejména kapitola 6. Závěry a doporučení jsou dle mého názoru málo obsažné.

V práci je použito velké množství obrázků (86), z nichž mnohé jsou málo čitelné až nečitelné (jako například obr. 3-6, 10-25 a další).

V textu práce se vyskytují formulační nepřesnosti, které však nesnížily podstatněji úroveň celkovou diplomové práce.

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

Hodnocená diplomová práce splňuje dle mého názoru základní nároky kladené na závěrečné kvalifikační práce na FIM UHK. V teoretické části práce diplomantka prokázala dobré znalosti a orientaci v oblasti digitálního marketingu. V praktické části práce je uvedena řada zajímavých námětů a doporučení autorky, která mohou přispět ke zlepšení funkce a účinnosti marketingu ve společnosti Lidl. Vážné výhrady mám ke struktuře a k celkovému zpracování obsahu diplomové práce (viz Dílčí připomínky a náměty).

**Otázky k obhajobě:**

Jak budou Vaše náměty a doporučení ve společnosti Lidl využity?

**Práci doporučuji k obhajobě.**

**Navržená výsledná známka: D**

**V Hradci Králové, dne 22. května 2020**

**Tomáš Kala, v.r.**

---

**podpis**