

Posudek oponenta diplomové práce

Jméno a příjmení studenta	Michaela ŠIMONOVÁ
Název práce	Marketingová komunikace vybraného podniku
Název a typ studijního programu	Ekonomika a management / Navazující
Fakulta / katedra	Ekonomická fakulta / KOD
Vedoucí práce	Švec Roman, Ing. Ph.D.
Oponent	Ing Lucie Zlatušková

Posudek závěrečné práce

1. Význam a náročnost tématu 1.0

Poznámka:Téma je aktuální, zajímavé.

2. Logická struktura práce 2.0

3. Naplnění cíle práce 2.0

Poznámka:Marketingová komunikace se v praktické části velmi zúžila jen na sociální síť Facebook a Instagram.

4. Metodický postup 1.5

Poznámka:Je třeba se zamyslet, zda je dostatečné vložit dotazník pro průvodce pouze do jedné skupiny na Facebooku. Nemůže to zkreslit výsledky?

5. Hodnocení teoretického zobrazení a přínosu 1.5

Poznámka:Práce může být přínosná i pro jiné podniky s podobným zaměřením.

6. Práce s literaturou 2.0

Poznámka:Pozor na značení zdrojů písmeny (konkrétně by mělo být Barnhart, 2018, 2019a a 2019b).

7. Formální stránka 3.0

Poznámka:Gramatické a stylistické chyby (převážně nesprávně psaná interpunkce, ale také y/i). Je potřeba upozornit i na chybně psané slovo „e-mail“. V textu je vhodné odkazovat na konkrétní čísla grafů či tabulek. Grafy je vhodné uvádět v %.

Závěr

Hodnocení práce (známka): **velmi dobře**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

V práci pozitivně hodnotím aktivní odkazy na kapitoly v elektronické verzi, je škoda, že tak nejsou zpracované všechny.

Kladné hodnocení si zaslouží i plánování příspěvků pomocí externího nástroje Planoly.

V práci o online marketingové komunikaci trošku postrádám bližší zaměření na cookies.

Je škoda, že v praktické části práce nebyly využity vzorečky uvedené v teoretické části.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

1. Můžete říci, že byl splněn cíl práce?
2. Proč jsou v práci použity zdroje z let 1960 a 1929? Má to nějaký hlubší smysl, význam, chce to na něco upozornit? Je možné říci, že se od té doby nic nezměnilo?
3. Co Vás vedlo ke zvolení právě společnosti Guide Group s.r.o.?
4. Byla provedena pilotáž dotazníkového šetření?
5. Jak je možné, že se Vám u míry okamžitého opuštění (v Obrázku 21) vyšplhala křivka na 180 %?

Datum: 08.06.2020

Podpis oponenta