

# POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Jméno diplomantky:** Bc. Kristýna Jelínková

**Název práce:** Návrh marketingové komunikace prodejny APM Sport

**Cíl práce:** Cílem této práce je pomocí získaných dat zanalyzovat a zhodnotit současnou marketingovou komunikaci prodejny APM Sport a na základě získaných poznatků vytvořit návrh ke zlepšení nové marketingové komunikace prodejny.

**Jméno oponenta:** Mgr. Markéta Pecinová

## **Celková náročnost práce:**

podprůměrná                      **průměrná**                      nadprůměrná                      (zvýrazněte)

## **Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:**

výborně                      -                      velmi dobře                      -                      dobře                      -                      nevyhovující                      (uved'te)

Stupeň splnění cíle práce	Velmi dobře
Logická stavba práce	Výborně
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	Velmi dobře
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta/diplomantky	Velmi dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Výborně
Pravopis a stylistika	Velmi dobře

## **Praktická či teoretická využitelnost zpracování:**

podprůměrná                      **průměrná**                      nadprůměrná                      (zvýrazněte)

## **Hodnocení práce:**

Diplomová práce je zpracována na 95 stranách (včetně příloh), obsahuje 19 grafů, 15 tabulek, 7 obrázků, 4 schéma a 4 přílohy.

## **Stupeň splnění cíle práce**

Autorka si zvolila cíl vytvořit návrh na zlepšení marketingové komunikace prodejny APM Sport na základě získaných poznatků z podrobné analýzy současné marketingové komunikace, jejím následným zhodnocením a za pomoci kvalitativního a kvantitativního výzkumu.

Cíl práce s dílčími úkoly je splněn.

## **Logická stavba práce, Práce s literaturou – citace, vlastní komentář**

Diplomová práce má logickou strukturu vzhledem ke stanovenému tématu a zaměření.

Autorka pracuje s dostatečným množstvím literárních zdrojů (celkem 41, z toho 7 zahraničních, 4 internetové). Použité citace však nejsou komentované, bohužel jsou ponechány bez autorčina vlastního shrnutí, či přenesení do prostředí, kterému se věnuje. Kladně hodnotím obsahovou náplň kapitol zaměřenou přímo na problematiku marketingové komunikace, internetového marketingu a nových trendů MK. Líbí se mi, že praktická část práce koresponduje s teoretickou.

### **Adekvátnost použitých metod**

Pro zhodnocení marketingové komunikace byly použity metody kvalitativního výzkumu i kvantitativního výzkumu. Konkrétně rozhovor podle návodu a analýza interních dokumentů. Následně doplněné o kvantitativní výzkum v podobě dotazování aktuálních a potenciálních zákazníků. Pozitivně hodnotím provedenou pilotáž a zpracovanou operacionalizaci dotazníku, nicméně operacionalizace se potýká s chybami v grafickém zpracování (s. 32). Je přínosné, že autorka uskutečnila dotazování se zákazníky a zároveň s potenciálními zákazníky. Zvolené metody se vzhledem k tématu a stanovenému cíli jeví jako optimální.

### **Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta/diplomantky**

Analytická část, kapitola 5, je zpracována přehledně, autorka zde představuje prodejnu APM Sport a její aktuální využití komunikačních nástrojů, popisuje výsledky získané rozhovorem a dotazníkovým šetřením. Závěrem této hlavní kapitoly je zhodnocení dosavadní marketingové komunikace. Získané informace jsou graficky zpracovány prostřednictvím výšečových a sloupcových grafů, tabulek a textu. Některé výsledky autorka vhodně komentuje a zamýšlí se nad jejich příčinami, některé však méně (schéma č. 4, graf č. 15).

V kapitole 6 se pak soustředí na předložení návrhů a doporučení pro zlepšení současné MK a zároveň ji obohacuje o nástroje nové. Některé uvedené návrhy jsou dostatečně konkrétní (např. instagram), některé již méně (webové stránky – mohlo být vyjádřeno graficky). Pro tato doporučení je zároveň vytvořena finanční kalkulace, ze které lze usoudit, že návrhy jsou v praxi realizovatelné a pro úspěšnější budoucí fungování prodejny přínosné.

V kapitole 7 Diskuze je zhodnocen postup sběru dat ke stanovené problematice, jeho úskalí a zároveň limity celého výzkumu. Bohužel mi zde chybí konfrontace provedeného výzkumu s teoretickými východisky.

Kapitola 8 Závěr je správně souhrnem dosažených výsledků a závěrů v porovnání se stanoveným cílem, nicméně mohlo by se zde objevit doporučení, jakými směry by se mohlo další bádání v této tematické oblasti ubírat.

DP je svým kvalitním zpracováním a hloubkou tematické analýzy hodnocena jako průměrná.

### **Úprava práce: text, grafy, tabulky**

#### **Stylistická úroveň, jazyk**

Úprava práce a stylistická úroveň se potýká s menšími chybami, které jsou uvedeny v připomínkách.

Celkově lze říci, že autorka splňuje realizaci zvoleného tématu a nároky kladené na zpracování diplomové práce.

#### **Připomínky:**

s. 10: překlep: „Samotná realizace proběhne za pomoci kvalitativního výzkumu, který bude následně doplněn o **kvalitativní** výzkum.“ – kvantitativní

s. 41: překlep: „Je si vědom toho, že v tomto ohledu **nemže** malá prodejna ...“

s. 53: překlep: „S logem se prakticky setkávají všude, kde je to jen možné: na webových stránkách, sociálních **sítí**, ...“

s. 67: překlep: „Je tedy dobře, že většina zákazníků **hodnitola** právě web.“

s. 83: gramatika: „**Můžou** to být videa, kde se prezentují ...“

s. 83: gramatika: „Zároveň doporučuji **tyto** videa sdílet jak na **Facebook**, ...“

s. 84: „Tyto stopy symbolizují otisky **turistický** bot, ...“

s. 84: chybí čárka ve větě: „Co se týká WOM marketingu, ten už ...“

V Seznamu literatury nejsou některé názvy publikací uvedeny kurzívou - např. 35, 36, 37.

**Otázky k obhajobě:**

- Mohla byste zhodnotit, zda se prodejna APM Sport potýká s konkurencí? Pokud ano, jaké jiné prodejny byste mezi hlavní konkurenty zařadila? Jaké výhody shledáváte u prodejny APM Sport oproti těmto jiným prodejnám?
- Na s. 34 uvádíte, že výzkumu se účastnili všichni lidé starší 15 let, kteří se dají považovat za zákazníky prodejny APM Sport, na s. 35 - všichni potenciální zákazníci starší 18 let. Proč tato spodní hranice není stejná?

**Navržený klasifikační stupeň:** velmi dobře v závislosti na obhajobě

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu k diplomantovi/diplomantce.

V Praze dne 5. 9. 2019

.....  
Mgr. Markéta Pecinová