

POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta/diplomantky: Bc. Michaela Maroušková

Název práce: Marketingová komunikace neziskového projektu Tělocvik.online

Cíl práce: sestavení návrhu marketingové komunikace pro nově vzniklý projekt neziskové organizace tak, aby byl co nejvíce využitelný v praxi, oslovil zvolené cílové skupiny a splnil stanovené komunikační cíle.

Jméno oponenta: PhDr. Josef Voráček, Ph.D.

Zaměstnavatel a funkce oponenta (pokud není zaměstnancem UK FTVS):

Celková náročnost práce:

podprůměrná **průměrná** nadprůměrná (zvýrazněte)

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

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

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

Praktická či teoretická využitelnost zpracování:

podprůměrná průměrná **nadprůměrná** (zvýrazněte)

Hodnocení práce:

- Stupeň splnění cíle práce – předložená diplomová práce představuje marketingovou komunikaci na neziskový projekt Tělocvik.online, který je originální, specifický a neobvyklý. Z tohoto pohledu je práce jedinečná, diplomantka prokázala výbornou orientaci v oblasti marketingové komunikace a taktéž schopnost zpracovat reálnou a použitelnou komunikační kampaň. Z práce je patrná vysoká zainteresovanost diplomantky do projektu a i osobní zapojení do tvorby tohoto projektu. Velmi pozitivně tedy hodnotím praktickou využitelnost. Avšak některé části a aspekty práce skýtají rezervy – viz níže dílčí hodnocení a připomínky. Celkově je však práce zdařilá, splňuje nároky na akademickou závěrečnou práci magisterské úrovně a doporučuji jí k obhajobě.
- Logická stavba práce – struktura práce je jasná a logická, odpovídá zvolenému tématu. Práce obsahuje všechny podstatné a povinné kapitoly, je rozsahově vyvážená.
- Práce s literaturou – práce využívá celkem 72 zdrojů, z toho 11 zahraničních, čímž vysoce převyšuje požadavky na diplomovou práci. Teoretická východiska obsahují základní oblasti marketingové komunikace, online marketingové komunikace a oblast neziskových organizací. Byť se tyto oblasti přímo týkají praktické části, resp. toho, co v praktické práci diplomantka řeší, ocenil bych mnohem více zapracování aktuálních trendů a nástrojů pro marketingovou komunikaci v dnešní době. Takto diplomantka postupuje zcela standardně dle základního dělení na reklamu, PR, podporu prodeje, apod. Věřím, že v tomto ohledu by mohla být teoretická část mnohem zajímavější, kreativnější a pestřejší z hlediska aktuálnějších témat, zdrojů, nástrojů, trendů, apod. Tento nedostatek se poté projevuje i v Diskuzi, kde diplomantka zcela vynechala

polemiku mezi praktickou částí a teoretickými východisky. Formálně je tato část zpracována adekvátně, diplomantka řádně a věcně cituje, doplňuje vlastní komentář a prokázala tak odpovídající schopnost pracovat s odbornými zdroji.

- d) Adekvátnost použitých metod – použité metody jsou, vzhledem ke zvolenému tématu a také přímému zapojení diplomantky do realizace projektu nového produktu, vhodné a adekvátní. Avšak je nutné taktéž konstatovat, že práce není nijak výzkumná, či hlouběji analytická, proto jsou použité metody spíše méně náročné, jednoduché a oproti jiným diplomovým pracím tak průměrné až podprůměrné.
- e) Hloubka tematické analýzy – Zpracovaná komunikační kampaň je velmi podrobná, detailní a velmi reálná. V tomto ohledu je práce nadstandardní. Diplomantka vše pečlivě a detailně rozebírá, uvádí a doplňuje konkrétní ukázky a příklady. Veškeré nástroje a komunikační kanály strukturuje dle zpracované teorie. Kampaň také doplňuje o kritéria hodnocení efektivity a následným odhadovaným rozpočtem, čímž dodává návrhu ucelenou a komplexní podobu.
- f) Úprava práce – práce obsahuje občasné drobné nedostatky ve zpracování textu a vložených objektů – viz níže připomínky. Jinak je však diplomová práce v tomto ohledu v pořádku.
- g) Pravopis a stylistika – pravopisná stránka práce a stylistika textu je zcela v pořádku a plně odpovídá úrovni diplomové práce.

Připomínky:

Abstrakt – v části „Výsledky“ by měly být uvedeny již konkrétní výsledky analýzy a zpracovaného návrhu, nikoli jen to „co bylo uděláno“.

U vložených objektů (schémata, tabulky, apod.) je uváděn odkaz na zdroje v nesprávném formátu.

Str. 14 – interpunkce navíc – „...komunikační strategie. .“

Obrázek č. 1, str. 18 – obrázek by měl být předělán do češtiny

Str. 18 – chybějící odkaz na zdroj – „To označuje Kotler jako obsah ...“

Str. 36 – chybějící odkaz na zdroj – „...autoři Salamon a Anheier na základě ...“

Str. 50 – slovo „viz“ se píše bez tečky za slovem, protože se jedná o rozkazovací způsob slovesa „vidět“, nikoliv o zkratku.

Vizuální kvalita některých ilustrací by mohla být vyšší.

Otázky k obhajobě:

1. V jaké fázi komunikační kampaně se projekt nachází v současnosti? A jaký je stav hodnocení efektivity navrhované a realizované kampaně?

Navržený klasifikační stupeň: výborně – velmi dobře v závislosti na průběhu obhajoby.

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

V Praze dne 10.1.2020

.....
PhDr. Josef Voráček, Ph.D.