



**Posudek oponenta diplomové práce**

**Autor: Ing. Žaneta Stratílková**

**Název práce: Marketingová strategie iniciativy Posilujeme Česko**

**Oponent: Alena Košák Felcmanová, M.A., Ph.D.**

Kriteria hodnocení:	Hodnocení (1 – 4):
<b>Zdůvodnění relevance tématu vzhledem k oboru Studia občanského sektoru</b> <i>Je téma relevantní vzhledem k oboru? Je dobře zdůvodněno?</i>	<b>1</b>
Stručné slovní hodnocení: <b>Téma je velmi relevantní pro SOS a je i dostatečně zdůvodněno.</b>	
<b>Kvalita teoretického/konceptuálního rámce práce</b> <i>Nakolik je obsah rámce relevantní vzhledem k tématu práce? Do jaké míry byla studovaná literatura představena přehledně a kriticky? Byla použita zahraniční literatura?</i>	<b>2</b>
Stručné slovní hodnocení: <b>Teoretický rámec se věnuje především marketingovým strategiím, i když i specificky pro OS, tato část je velmi rozsáhlá a dostatečně teoreticky zakotvená. Naopak teoretická návaznost na studia OS a postavení neziskového sektoru v ČR by zasloužila intenzivnější teoretickou oporu. Autorka sice v textu cituje (CVVM? USAID, media aj.), ale zdroje zcela chybí v seznamu literatury, čili je složité posoudit z čeho autorka vycházela.</b>	
<b>Formulace cílů, výzkumných otázek či hypotéz</b> <i>Jsou dostatečně konkrétní a jasné? Odpovídají tématu práce a jejím teoretickému/konceptuálnímu rámci?</i>	<b>1-2</b>
Stručné slovní hodnocení: <b>Cíl práce a výzkumné otázky jsou přehledně popsány na str. 44. Jedná se o aplikovanou diplomovou práci, které si klade za cíl formulovat doporučení do praxe. Autorka se v práci soustředí především na tvorbu marketingové strategie. Hypotézy autorky by si zasloužili přehlednější zdůvodnění a více informací o jejich genezi a propojení s teoretickou částí.</b>	
<b>Metody získávání a analýzy dat a jejich použití</b> <i>Je vhodně zvolen, zdůvodněn a v průběhu výzkumu realizován design výzkumu/výzkumný rámec? Jsou využité techniky sběru dat, vzorek a metody analýzy dat dobře popsány, zdůvodněny a realizovány v rámci výzkumu vzhledem k výzkumným otázkám? Jsou diskutovány limity výzkumu a jeho etické aspekty?</i>	<b>2-</b>
Stručné slovní hodnocení: <b>Výzkumný design je jasně popsán, a proveden podle popisu. Celkově se jedná o velmi aplikovanou práci, takto je od začátku koncipována, proto realizace práce tomuto cíli odpovídá.</b> <b>Autorka místy zobecňuje výsledky dotazníkového šetření a SWOT analýzy, přičemž není zřejmé, jestli se tvrzení podle ní týkají celého neziskového sektoru, nebo organizací sdružených v iniciativě Posilujeme Česko, či jen výzkumného vzorku. Jedná se ale spíše o formulační nejasnost, protože autorka limity práce reflektuje, nicméně další formulace tomu nepřizpůsobuje.</b> <b>SWOT analýza je poněkud netradičním nástrojem výzkumu, proto by si zasloužila popis toho, jak autorka při sestavování postupovala, z jakých dat vycházela a v čem konkrétně jí pak tato analýza dále slouží. Není zcela zjevné, jak souvisí doporučení SWOT analýzy s provedenou analýzou.</b>	



<b>Samotná marketingová strategie je velmi obsáhle, i když značně obecně, zpracována, objem a detailnost jednotlivých bodů je různorodá. Například část segmentace a targeting by si zasloužili více příkladů pro konkrétní cílové skupiny, případně odkazy na další zdroje. Takto popis zůstává obecný. Naopak část o zapojení influencerů, storytellingu a dárcovských platformách jsou velmi podrobně rozpracovány a je v nich řada praktických tipů i z vlastní zkušenosti autorky. Bylo by možná také dobré, kdyby autorka v práci reflektovala svou vlastní roli, aby bylo zřejmé, z jaké pozice doplňuje vlastní zkušenosti a to nad rámec poznámek pod čarou.</b>	
<b>Kvalita závěrů práce</b> <i>Byly naplněny praktické nebo teoretické cíle a zodpovězeny výzkumné otázky práce? Jak byla formulována praktická doporučení, pokud byla cílem práce?</i>	<b>2</b>
Stručné slovní hodnocení: <b>Závěry jsou velmi stručné. Hypotézy autorka vypořádává v praktické části a v závěrech se k nim již nevrací. Cíl – návrh strategie autorka plní, viz. předchozí bod. Odpovědi na výzkumné otázky se objevují v analýze výzkumu, ale zasloužili by si ucelenější shrnutí, např. v závěrech práce.</b>	
<b>Práce se zdroji</b> <i>Je v práci dodržen jednotný standard odkazů na literaturu a prameny? Byly v práci použity zdroje uvedené na seznamu použité literatury a pramenů?</i>	<b>2-3</b>
Stručné slovní hodnocení: <b>V části 2.1 a 2.2. je řada chybných citací, zdroje se také vůbec neobjevují v seznamu literatury. Dále se objevují nedostatky v citování webových stránek (např. i str. 96 a 97) a článků z médií, nicméně v teoretické části 2.3 – 2.7. již autorka cituje správně. Nedostatky se tak týkají hlavně první třetiny teoretické část.</b>	
<b>Struktura práce, formulační a gramatická úroveň, grafická úprava</b> <i>Je práce vhodně strukturovaná? Odpovídá formulační i gramatická úroveň magisterské práci?</i>	<b>1</b>
Stručné slovní hodnocení: <b>Práce je velmi přehledně strukturovaná a srozumitelně napsaná.</b>	

**Celková známka před obhajobou: 2-**

*pozn.: Lze udělovat známky od 1 do 4. V případě, že bude jedna část práce hodnocena známkou 4, je třeba práci nedoporučit k obhajobě.*

**Otázky k obhajobě:**

*(Je nutno vyplnit, aby se student mohl připravit na obhajobu; počet témat a připomínek upravte podle Vaší potřeby.)*

- Na základě jakých zdrojů nebo dat jste formulovala svoje hypotézy?
- Jakým způsobem mohou NNO v marketingu postupovat, pokud jsou jejich cílovou skupinou např. Romové, nebo uprchlíci, čili velmi ostrakizované skupiny v médiích a na veřejnosti?  
Tuto problematiku zmiňuje jeden z respondent otázky č.9. Jak to ovlivní podle vás marketingovou strategii?



**Studijní program Studia občanské společnosti**  
**Fakulta humanitních studií**  
**Univerzita Karlova**

**The Study Programme of Civil Society Studies**  
**The Faculty of Humanities**  
**Charles University**

**Celkové vyjádření/komentář oponenta práce:**

*(Není povinné.)*

- Práce velmi přehledně shrnuje marketingové nástroje a postupy, které mohou využít NNO pro svou propagaci. To byl i hlavní cíl práce, který autorka splnila. Práce by si ale zasloužila ještě větší propojení navržené marketingové strategie a výsledků výzkumu.

**V Praze dne**

.....

**Podpis oponenta práce.**