

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta/diplomantky: Matěj Oliva

Název práce: Vytvoření marketingové komunikace v rámci podnikatelského plánu nově vznikajícího e-shopu

Cíl práce: Primárním cílem závěrečné práce je vytvoření komplexní marketingové komunikace pro nově vznikající internetový obchod tak, aby byla využitelná pro reálné prostředí.

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
Samostatnost při zpracování tématu	Výborně
Logická stavba práce	Výborně
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	Výborně
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 na téma Vytvoření marketingové komunikace v rámci podnikatelského plánu nově vznikajícího e-shopu odpovídá požadavkům FTVS UK pro diplomové práce.

Teoretická část práce provádí kvalitní rešerši aktuálních zdrojů a je zpracována správně.

Kapitola metodika popisuje adekvátní metody pro daný výzkum.

Analytická část práce se skládá z popisu plánovaného obchodu a pak jednoduše vyhodnocuje focus group a rozhovory. Zde by autor mohl zajít více do hloubky, nicméně pro základní praktické využití pro eshop je toto vyhodnocení dostačující.

Syntetická část je zpracována velice kvalitně a samotná marketingová komunikace je na vysoké úrovni.

Využitelnost prezentované části považuji za nadstandartní.

Diskuze práce uvádí limity a porovnává výsledky s teorií, i tuto část práce považuji za zdařilou.

Celkově práci hodnotím jako nadstandartní.

Připomínky:

1. autor rozděluje kapitoly pouze na jednu podkapitolu, což je nelogické

Otázky k obhajobě:

1. Vzhledem k tomu, že většina Vašich návrhů již byla zavedena v praxi, dokážete s odstupem času jednotlivé nástroje marketingové komunikace vyhodnotit? Který nástroj považujete za nejlepší, a který za nejhorší? Své rozhodnutí podložte argumenty.

Navržený klasifikační stupeň: výborně – velmi dobře

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

V Praze dne 8.5.2018

.....
Tomáš Ruda