

Posudek vedoucího diplomové práce

Student: Bc. Denisa Gabrielová
Číslo studenta: E20714
Název diplomové práce: Současné trendy v marketingové komunikaci
Cíl práce: Cílem diplomové práce bylo provedení analýzy marketingové komunikace vybrané společnosti.
Vedoucí práce: Mgr. Pavla Jindrová, Ph.D.
Studijní program: N0413A050009 Ekonomika a management
Akademický rok: 2021/2022

Náročnost tématu

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Teoretické znalosti	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vstupní údaje a jejich zpracování	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Použité metody	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Původnost zpracování tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formální úprava práce (text, grafy, tabulky)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jazyková úroveň (styl, gramatika, terminologie)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Využitelnost výsledků práce

	vysoká	střední	nízká	nelze hodnotit
Pro teorii	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pro praxi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ostatní připomínky k práci

Autorka se ve své diplomové práci nejprve věnovala teoretickému vymezení pojmů, které souvisí s jejím tématem, tedy teoretickému vymezení marketingu a marketingové komunikace a jejich nástrojů. Následně svou pozornost zaměřila na představení moderních, tedy současných trendů v marketingové komunikaci.

V souladu s vymezeným cílem diplomové práce, autorka sestavila, realizovala a vyhodnotila dotazníkové šetření, pomocí kterého prakticky ověřovala postupy vybrané společnosti a vnímání marketingové komunikace této společnosti ze strany zákazníků.

Na základě provedené analýzy vybrané společnosti a na základě výsledků z realizovaného dotazníkového šetření autorka diplomové práce zhodnotila marketingovou komunikaci této společnosti i s využitím SWOT analýzy. Zde byly podrobně popsány slabé a silné stránky a také příležitosti a hrozby této společnosti. Na jejich základě pak autorka navrhla několik změn v marketingové komunikaci analyzované společnosti, které by měly vést k jejímu zlepšení. Toto praktické využití získaných výsledků v diplomové práci hodnotím kladně.

Diplomová práce má logickou strukturu a splňuje formální náležitosti na ni kladené.

Autorka s využitím velkého počtu odborných publikací a podkladových materiálů včetně samostatně získaných primárních dat z provedeného dotazníkového šetření vypracovala diplomovou práci, která splnila svůj cíl. Proto tuto práci doporučuji k obhajobě.

Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Nejvyšší míra podobnosti při kontrole plagiátorství ze systému Theses jsou 3 %, proto diplomovou práci nelze považovat za plagiát.

Otázky a náměty k obhajobě

Jaká jsou, podle vašeho názoru, úskalí při realizaci vašich návrhů na zlepšení marketingové komunikace vámi analyzované společnosti?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

Tuto diplomovou práci navrhuji hodnotit známkou: **A**

V Pardubicích 16.5.2022

Podpis