

Posudek vedoucího diplomové práce

Student: Bc. Aneta Šindelářová
Číslo studenta: E21163
Název diplomové práce: Vnímání marketingové komunikace vybraného podniku
Cíl práce: Cílem diplomové práce bylo zhodnocení marketingové komunikace vybraného podniku a její vnímání spotřebiteli.
Vedoucí práce: Mgr. Pavla Jindrová, Ph.D.
Studijní program: N0413A050009 Ekonomika a management
Akademický rok: 2023/2024

Náročnost tématu

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Teoretické znalosti	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 v souladu s tématem nejprve věnovala teoretickému vymezení základních pojmů z oblasti marketingové komunikace. K tomuto využila rešerši odborné české i zahraniční literatury.

Stěžejní část diplomové práce je směřována na marketingovou komunikaci vybraného podniku. Ten byl nejprve představen, a to včetně jeho historie.

Následně v rámci realizované analýzy marketingové komunikace byla sestavena SWOT analýza.

K ověření vnímání marketingové komunikace vybraného podniku zákazníky, autorka sestavila a zrealizovala dotazníkové šetření. Získaná data byla řádně zpracována a vyhodnocena. Na základě získaných výsledků byla vyslovena doporučení, která by mohla vést k dalšímu zlepšení marketingové komunikace tohoto podniku.

Toto praktické využití získaných výsledků v diplomové práci hodnotím kladně.

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

Autorka s využitím velkého počtu odborných publikací a interních 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 analyzovaného podniku?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

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

V Pardubicích 4.1.2024

Podpis