

Hodnocení oponenta diplomové práce

Autor práce	Bc. Marek Bazala	
Název práce	Marketingová komunikace příspěvkové organizace – Středisko volného času Ivančice	
Autor posudku	Mgr. Eva Šíkl Burešová, Ph.D.	2024/25

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	a
2 Nastavení cílů a metod práce	40	a
3 Úroveň teoretické části práce	50	b
4 Úroveň analytické části práce	50	a
5 Úroveň projektové části práce	50	a
6 Splnění cíle práce	60	a
7 Struktura a logika textu	40	a
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	a
9 Jazyková a formální úroveň práce	30	b
Výsledné hodnocení	1,14	A

Komentáře, připomínky, výhrady a náměty k práci (silné a slabé stránky):

- Předložený diplomový projekt obsahuje důkladnou analýzu marketingové komunikace příspěvkové organizace, jak v online, tak i off-line prostředí.
- Použití jak kvalitativního, tak kvantitativního výzkumu umožnil diplomantovi získat komplexní pohled na zkoumanou problematiku. Osobní rozhovory se zaměstnanci a dotazníkové šetření mezi veřejností poskytují cenné a různorodé informace.
- Silnou částí projektu je její projektová část, ve které student předkládá konkrétní návrhy na zlepšení marketingové komunikace organizace, včetně návrhu komunikační kampaně "Poděl se o svůj příběh". Tento návrh je prakticky využitelný a může organizaci pomoci.
- Práce je dobře strukturovaná, s jasně definovanými částmi a logickým uspořádáním kapitol. To usnadňuje čtení a porozumění obsahu.
- Mezi slabší stránky projektu bych zmínila přílišné zaměření na tradiční formy marketingové komunikace, chybí využití moderních trendů, jako je využití influencerů nebo nových sociálních sítí, což může omezit jeho atraktivitu pro mladší cílové skupiny.
- Drobné typografické a citační nedostatky, které však nekazí preciznost předloženého projektu.

Otázky k obhajobě:

- Jaké jsou podle vás největší výzvy při implementaci navržené komunikační kampaně "Poděl se o svůj příběh"?
- Jaké konkrétní metody byste doporučil/a pro zlepšení sběru zpětné vazby od zákazníků?
- Jaké další moderní marketingové nástroje by mohly být využity pro zvýšení efektivity komunikace, zejména u mladší cílové skupiny?

V Praze dne 24. dubna 2025

Podpis:



Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01