

Hodnocení oponenta diplomové práce

Autor práce	Bc. Monika Kupková	
Název práce	Online komunikace značky	
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	b
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	b
9 Jazyková a formální úroveň práce	30	c
Výsledné hodnocení	1,30	B

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

- Předložený diplomový obsahuje analýzu současného stavu online komunikace společnosti ABC, včetně hodnocení odborné veřejnosti a zpětné vazby od zákazníků. To poskytuje široký pohled na problematiku a identifikuje klíčové oblasti pro zlepšení.
- Silnou stránkou práce je její projektová část, ve které autorka nabízí konkrétní a praktické návrhy na zlepšení online komunikace, které jsou dobře strukturované a aplikovatelné. Například návrhy na pravidelnost příspěvků na sociálních sítích, využití influencer marketingu a zlepšení vizuální identity.
- Autorka využívá moderní marketingové nástroje a trendy, jako jsou sociální sítě, influencer marketing, a ekologické aktivity. Právě inovativní přístup může výrazně přispět k posílení značky a její konkurenceschopnosti na trhu.
- Diplomový projekt je dobře strukturovaný, srozumitelný a přehledný. Obsahuje jasné a logické argumenty, které jsou podloženy relevantními daty a výzkumem.
- Práci lze vytknout neúplné citace nebo chybějící odkazy či typografické nepřesnosti. Například v kapitole o marketingové komunikaci nejsou uvedeny odkazy na konkrétní studie nebo články, které byly použity, v seznamu literatury je uvedena kniha "Marketing 5.0: Technology for Humanity" bez uvedení autora a roku vydání apod.

Otázky k obhajobě:

- Jaké metody jste použila k vyhodnocení efektivity navržené online komunikace? Můžete podrobněji popsat, jaké klíčové výkonnostní ukazatele (KPI) jste sledovala a jaké výsledky jste očekávala?
- Jakým způsobem jste při návrhu online komunikace zohlednila specifické potřeby různých cílových skupin? Můžete uvést konkrétní příklady, jak jste přizpůsobila obsah a formáty komunikace pro různé demografické skupiny?



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

- Zlepšování zákaznické zkušenosti je klíčové pro úspěch každého podnikání. Věděla byste, jakými prostředky lze zákaznickou zkušenost zlepšovat? Které z nich by byly relevantní pro Vámi sledovanou značku ABC?

V Praze dne 28. dubna 2025

Podpis: