

Hodnocení oponenta diplomové práce

Autor práce	Bc. Anna Lubojatzká		
Název práce	Komunikační strategie fiktivní firmy v oblasti služeb		
Obor/forma studia	MK PS	Rok	2020-2021
Autor posudku	Mgr. Eva Šikl Burešová, PhD.		

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	b
2 Nastavení cílů a metod práce	40	b
3 Úroveň teoretické části práce	50	c
4 Úroveň analytické části práce	50	b
5 Úroveň projektové části práce	50	a
6 Splnění cíle práce	60	b
7 Struktura a logika textu	40	b
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	b
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	30	c
10 Jazyková a formální úroveň práce	30	c
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,45	B

Na práci lze ocenit (silné stránky):

- Autorka se ve svém diplomovém projektu zabývá komunikačním návrhem a strategií fiktivní firmy, jejíž koncept mobilní aplikace nabízející službu, byl vytvořen pouze pro účely závěrečné práce. Koncept mobilní služby není jedinečný. Mobilní aplikace, které nějakým způsobem usnadňují lidem činnost, na kterou nemají náladu, čas, či jim zkrátka chybí nějaký „um“, je segmentem marketingu, který je na vzestupu několik posledních let. Zaříkávadlo „volného času“, kdy za vás někdo za úplatu na jeden klik něco vykoná, je sázka na jistý úspěch. Výběr tématu a jeho zpracování nicméně považuji za odvážný krok, se kterým se autorka se ctí utkala. Ze zpracování je znát autorčin zájem o dané téma, pochopení i cit pro marketingové komunikace.
- Výzkum pomocí dotazníkového šetření považuji za velmi zdařilý, výsledky šetření hodnotím jako správně interpretované pro případné praktické využití.
- Projektová část je velmi zdařilá, pozitivně hodnotím definici marketingových person, díky kterým je možné postavit komunikační mix služby na míru i definovaný rozpočet kampaně.

Výhrady, připomínky a náměty k práci (slabé stránky):

- Typografické nepřesnosti v práci (např. s 11, chybí tečka na konci věty v prvním odstavci, nebo na s. 22 u prvních odrážek nedáváte na konci věty tečky, ve druhém odstavci již u odrážek na konci věty tečku dáváte atp.), drobné jazykové nepřesnosti (s. 45 „Google Formsa“) zároveň si dovoluji vytknout nepřesnou práci s českým jazykem, jež zamezuje plynulému čtení práce.
- V teoretické části práce bych uvítala více zahraničních zdrojů, především autory, kteří se zabývají marketingem služeb.

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

- U analýzy konkurence mi v analytické části diplomové práci chybí drobný vhled do zahraničí. Nejlepším ukazatelem úspěchu bývají větší trhy, kde daný segment již delší dobu funguje.

Otázky k obhajobě:

1. Předpokládáte, že aplikace „Doneio“ budou používat především lidé, kteří umí dobře anglický jazyk? Myslíte si, že by název aplikace mohl být podroben jednoduchému testování u cílové skupiny? Jak byste případně takový výzkum realizovala (prosím buďte konkrétní – zadání, realizace, časování, zpracování dat, další kroky)?
2. Ráda bych se zeptala na Váš názor, zda je vhodné zapojit do vámi navrženého projektu lidi nad 60 let, tedy generaci, která předcházela generaci X? Tato generace se digitálně vzdělává od svých dětí a vnoučat, navíc jde o generaci, 60 - 80letých lidí, která toho hodně umí a má čas. Mohla byste prosím zkusit navrhnout postup, jak tuto cílovou skupinu nejlépe oslovit?
3. Mohla byste prosím uvést nějakou zahraniční aplikaci „služeb“, jež je úspěšná a vy ji považujete za inspirativní? Mohla byste prosím zkusit definovat, co stojí za jejím úspěchem?

V Praze dne 2.5.2021

Podpis:

