

Posudek oponenta diplomové práce

Student: Bc. Anna Honková
Název diplomové práce: Nové trendy v marketingu.
Vedoucí práce: Ing. Hana Jonášová, Ph.D.
Oponent práce: Ing. Ivana Palarčíková
Pracovní pozice oponenta: Vedoucí divize produkce, eBRÁNA s. r. o.

Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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

Studentka se v rámci své diplomové práce věnovala aktuálnímu tématu. Z práce je zřejmé, že v daném oboru má zkušenosti, získané působením a praxí ve společnosti zabývající se online marketingem. Zkušenosti tak nejsou pouze teoretické, ale podložené praxí a konzultacemi s odborníky marketingové firmy. Kritéria autorka stanovila a porovnávala na základě zkušeností z vybraného podniku, mohou tedy být částečně zkreslená jejím úsudkem, loajalitou a hloubkou zkušeností. Jazyková úroveň textů je vyhovující, některé části ač obsahově správné, jsou hůře srozumitelné. Hloubka provedených analýz se jeví jako dostačující. Doporučené strategie pro vybraný podnik se jeví správné, realizovatelné a přínosné pro praxi. Je vidět, že studentka o nich přemýšlela a nenavrhovala je bez rozmyšlení, ale na základě provedených, správně zvolených, analýz.

Otázky a náměty k obhajobě

1. Jaké nástroje jsou využívány z dlouhodobé propagace firmy? Jak se nástroje mění, pokud se firma potřebuje zaměřit na výkon rychle v řádu 2 – 3 měsíců?
2. Dá se očekávat, že po skončení COVID pandemie online marketing zaznamená pokles zájmu, případně v čem ano a v čem ne?

Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.
Tuto diplomovou práci navrhuji hodnotit známkou: **C**

V Pardubicích 20.5.2021

Podpis