

## Oponentský posudek na Diplomovou práci – Bc. Zuzany Lovečkové - „Masová komunikace a její využití v marketingové komunikaci chemických průmyslových podniků“

V úvodních kapitolách této diplomové práce se autorka věnuje rešerzi pojmu „komunikace“ a definici „masová komunikace“. Jak z textu vyplývá, tak se autoři odborných publikací neshodují na jedné definici, ale každý uvádí svoji představu. Autorka si vybrala jako nejpřesnější definici Urbana, Dubského a Murdzy, kterou lze považovat v kontextu dnešní doby za správnou.

V další části této práce jsou správně popsána specifika a hlavní znaky masové komunikace, zejména jednosměrnost a masovost. Správně uvádí, že jednosměrnost je zejména v současné době a s čím dál vyspělejšími online komunikačními nástroji, negativním bodem.

O masových médiích autorka píše v dalších bodech. Správně je popsána definice, charakteristika, funkce i klasifikace masových médií. Trochu opatrnější bych byl v uvádění příkladů v bodě věnovaném klasifikaci médií. Některá jmenovaná média já osobně vnímám tak, že jsou určená specifickému publiku a tím pádem nemohou být obecná.

Další část své práce autorka věnuje marketingové komunikaci a jejím nástrojům. Jsou zde dobře popsány nástroje komunikačního mixu, i když podle mého názoru by v marketingovém mixu měla být v samostatném bodě uvedena sociální média. Nemusíme je totiž chápat pouze jako reklamu na internetu, ale jako samostatnou disciplínu marketingového mixu.

Čtvrtým bodem diplomové práce je výzkum ve třech chemických průmyslových podnicích. Autorka měla velice dobře připravené otázky průzkumu i scénář dotazování. Průzkum byl poměrně rozsáhlý a autorka si udělala úplný obrázek o marketingovém mixu jednotlivých podniků. Je zajímavé, že ač se jednalo o velké průmyslové chemické podniky, tak každá firma uplatňuje trochu jiný přístup k marketingovému mixu a každému nástroji věnuje jinou pozornost a váhu. Nicméně masovou komunikaci využívají všechny podniky.

Autorka správně doporučila i další možné nástroje, které by podniky mohly uplatnit pro zkvalitnění své komunikace. V závěru autorka shrnuje a popisuje cíle této diplomové práce, které se podle mého názoru podařilo splnit.

Téma práce bylo zajímavé a aktuální. V některých pasážích bych měl pouze malou výhradu k přílišnému rozvíjení teorie a očekával bych spíše vlastní názory, zjištění autora a více doporučení. S ohledem na neustálý rozvoj nových technologií i v masové komunikaci a v masových médiích bych rád položil autorce práce otázky:

1. **„Zaznamenala jste nějaké trendy v masové komunikaci (například upřednostňování některých nástrojů na úkor druhých)?“**
2. **„Zaznamenala jste nějaké nové nástroje, které firmy uplatňují? Jakým směrem se bude podle vás dále vyvíjet masová komunikace a masová média?“**

Metody zpracování dotazníkového šetření i postupy řešení byly zvoleny správně a logicky. Tato práce je zpracována přehledně, v logickém sledu, srozumitelně a pro zasvěceného je i čtivá a přínosná. Písemný projev práce je sympatický. Cíl diplomové práce byl splněn.

Vzhledem k výše uvedeným faktům a přínosům práce pro případné praktické využití klasifikuji práci stupněm **výborně** a doporučuji ji k obhajobě.

Pardubice, 25.5.2015  
Ing. Luboš Krejčík  
marketing manager  
PARAMO, a.s., Pardubice