

## POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Název práce:** Marketingová komunikační kampaň tématu vlakem ekologičtěji s využitím sociálních sítí pro České dráhy, a.s.

**Autor práce:** Bc. Antonín Hofr

1. Práce odpovídá zadanému tématu a osnově	5	(max. 5)
2. Autor uplatnil znalosti nabyté studiem na DFJP	5	(max. 5)
3. Autor použil adekvátní odbornou literaturu	5	(max. 5)
4. Naplnění cíle práce	10	(max. 10)
5. Autor postupoval při zpracování iniciativně a samostatně	10	(max. 10)
6. Jazyková úroveň práce (sloh, gramatika)	10	(max. 10)
7. Formální úroveň práce (úprava, přehlednost, správnost citování)	10	(max. 10)
8. Při zpracovávání práce autor dodržoval předepsané termíny	10	(max. 10)
9. Autor využíval konzultací a řádně zapracoval připomínky vedoucího práce	15	(max. 15)
10. Celková odborná úroveň práce	20	(max. 20)
Celkový počet bodů:	100	(max. 100)

**Hodnocení diplomové práce:**

**A - výborně**

V Pardubicích 23.05.2024

Ing. Jan Chocholáč, Ph.D.

### Případný komentář k výše uvedenému hodnocení:

Předložená diplomová práce Bc. Antonína Hofra se zabývá problematikou marketingové komunikační kampaně tématu vlakem ekologičtěji s využitím sociálních sítí pro České dráhy, a.s., což je z pohledu národního dopravce, ale i společnosti jako celku, velmi aktuální téma. Kvalifikační práce je vyústěním dlouhodobějšího pracovního působení diplomanta v oblasti digitálního marketingu, což se projevilo ve vysoké kvalitě zpracování daného tématu. Diplomant v první kapitole teoreticky vymezil zkoumanou problematiku, čímž položil adekvátní teoretický základ pro další kapitoly diplomové práce. V rámci druhé kapitoly diplomant analyzoval marketingovou komunikaci Českých drah, a.s., v kontextu zkoumaného tématu, přičemž výsledky analýzy využil ve třetí kapitole, kde prezentoval návrh marketingové komunikační kampaně zkoumaného tématu s využitím sociálních sítí, který ve čtvrté kapitole následně kvantitativně i kvalitativně zhodnotil. Student byl po celou dobu zpracovávání diplomové práce velmi iniciativní, kreativní, proaktivní, pečlivý a samostatný. Za stěžejní považují analytickou a návrhovou část diplomové práce, kde student zpracoval analýzu marketingové komunikace národního dopravce a relevantních konkurentů v oblasti zkoumaného tématu a realizoval vlastní průzkum formou reprezentativního dotazníkového šetření. Návrhová část je velmi kvalitně a detailně zpracovaná a respektuje všechny kroky návrhu marketingové komunikační kampaně na sociálních sítích. Velmi pozitivně oceňuji vytvoření návrhu grafických vizuálů pro kampaň. Diplomová práce je obsahově logicky provázaná, dobře strukturovaná a obsahuje mnoho obrázků, které velmi vhodně dokreslují řešenou problematiku. Předloženou diplomovou práci klasifikuji: **A**, protože diplomant splnil požadavky kladené na tento typ kvalifikační práce. Diplomová práce nevykazuje známky plagiátorství. **Doplňující otázky do diskuze: 1)** Myslíte si, že toto téma ("vlakem ekologičtěji") by měli komunikovat jednotliví železniční dopravci nebo MDČR, popřípadě jiné subjekty? Svoji odpověď zdůvodněte. **2)** Od jakého věku je podle Vás efektivní komunikovat toto téma ("vlakem ekologičtěji") a jaké komunikační kanály pro tuto cílovou skupinu považujete za neefektivnější?

Poznámky:	100 - 91 bodů = A - výborně	70 - 61 bodů = D - velmi dobře minus
	90 - 81 bodů = B - výborně minus	60 - 51 bodů = E - dobře
	80 - 71 bodů = C - velmi dobře	50 - 0 bodů = F - nesplněno