

Univerzita Pardubice, Dopravní fakulta Jana Pernera

Oponentský posudek diplomové práce

Název diplomové práce: Marketingová komunikační kampaň tématu vlakem ekologičtěji s využitím sociálních sítí pro České dráhy, a.s.
Autor práce: Bc. Antonín Hofr
Oponent: Ing. Radka Vlažná

Hodnocení práce

Přístup studenta k zadanému úkolu, zvolený postup řešení z hlediska současných metod:

Předložená diplomová práce má za cíl navrhnout marketingovou kampaň s tématem vlakem ekologičtěji s využitím sociálních sítí pro České dráhy, a.s.. Zvolené téma výborně odpovídá současným trendům a je velmi aktuální. Práce správně logicky postupuje od popisu teoretických údajů k praktické části návrhu kampaně, ve které student dobře aplikuje teoretické poznatky a znalosti. Zároveň student velmi dobře pracuje s výsledky dotazníkového šetření a převádí je do praxe formou specifické komunikace zaměřené na potřeby jednotlivých cílových skupin. Drobná připomínka směřuje jen k analýze komunikace na sociálních sítích ČD a konkurentů, která je provedena pro krátký časový úsek a slabší komunikační období.

Oceňuji nastavení vhodné strategie kampaně a jednotlivých cílů, dále výborné uvažování nad cílovými skupinami ve spojení s kreativními výstupy kampaně a velmi detailní využití jednotlivých možností optimalizací a cílení reklamy na sociálních sítích.

Dosažené výsledky, jejich správnost a možnost praktického využití:

Výsledný návrh marketingové kampaně je s dílčími úpravami realizovatelný a prakticky využitelný. Je vhodně zvolené i komunikační období. Pozitivně hodnotím rozdělení kampaně do tří komunikačních linek a využití kompletní nabídky reklamy na sociálních sítích. Poměrně ambiciózní rozpočet nákladů na placenou reklamu odpovídá vysokému cíli zásahu kampaně, v rozpočtu ještě chybí odhad nákladů na využití influencerů.

Jak práce odpovídá normám, zákonným ustanovením a předpisům:

Práce je z hlediska norem a ustanovení v zásadě pořádku. Ve vysvětlivkách postrádám užívané zkratky v práci (např. ČHMÚ, CTA, CPM, API, SDK, CSR, UTM aj.). Sociální síť Twitter se přejmenovala na sociální síť X. Oficiální název společnosti Meta je Meta Platforms.

Formální náležitosti (přehlednost, úprava apod.):

Diplomová práce je dobře členěná, má logickou návaznost a po formální a jazykové stránce je dobře zpracovaná. Z hlediska strukturovanosti i přehlednosti by bylo vhodnější

v kapitole 2.5.2 Výsledky dotazníkového šetření využít grafy a ty doplnit komentáři hned v počátku kapitoly. Výsledky šetření jsou prezentovány formou souvislého textu, což ubírá na přehlednosti a pasáže jsou obtížně čtivé. Kladně hodnotím správnou interpretaci a vysvětlení číselných výstupů dotazníkového šetření.

Obsahuje práce originální řešení vhodné pro autorské osvědčení, patent apod.? NE

Připomínky a dotazy k práci:

O jaké další mediatypy by bylo vhodné kampaň doplnit pro cílovou skupinu seniři a pendleři využívající jiný typ dopravy?

V rámci kapitoly 3.3.2 a 3.3.3 ukazujete návrh interakční a inspirační komunikační linky. Myslíte si, že veřejnost má reálnou představu o své uhlíkové stopě a co prakticky znamená, když ušetří CO₂ výměnou vlaku za auto? Jak byste jim toto jednoduše přiblížil nebo ukázal?

Práci klasifikuji stupněm: A - výborně

V Praze dne 24. 5. 2024

.....
Ing. Radka Vlažná