

## Posudek vedoucího diplomové práce

Student: Bc. Eliška Veselá  
Číslo studenta: E23145  
Název diplomové práce: Marketingová kampaň pro vybranou společnost  
Cíl práce: Návrh marketingové kampaně pro vybranou společnost na základě průzkumu spotřebitelů trhu s efektivní strategií pro oslovování cílových skupin.  
Vedoucí práce: Ing. Kateřina Kantorová, Ph.D.  
Studijní program: Ekonomika a management  
Akademický rok: 2024/2025

### Náročnost tématu

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Teoretické znalosti	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vstupní údaje a jejich zpracování	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Použité metody	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Kritéria hodnocení práce

	výborně	velmi dobře	vyhovující	nevyhovující	nelze hodnotit
Stupeň splnění cíle práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Původnost zpracování tématu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Adekvátnost použitých metod	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hloubka provedené analýzy (ve vztahu k tématu)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Logická stavba práce a rozsah	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Práce s českou a zahraniční literaturou včetně citací	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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

Diplomová práce představuje po odborné i formální stránce velmi kvalitní zpracování aktuálního tématu.

Studentka prokázala dobrou orientaci v oblasti marketingové komunikace, spotřebitelského chování i tvorby kampaní. Teoretická část je rozsáhlá, přehledná a opírá se o relevantní odborné zdroje.

Návrhová část vychází z podrobné rešerše trendů v oblasti doplňků stravy pro domácí mazlíčky v zahraničí. Na ni navazuje kvalitně zpracovaná analýza konkurence a českého zákazníka, která čerpá jak ze sekundárních dat, tak z výsledků dotazníkového šetření. Tyto podklady jsou přehledně komparovány, mimo jiné pomocí grafu na s. 82 a SWOT analýzy.

Na základě těchto vstupů autorka navrhla marketingovou kampaň, která je detailně rozpracována v závěrečné části práce. Zahnuje přípravnou PR a edukační fázi i letní aktivační fázi s časově omezenou kampaní. Součástí návrhu jsou konkrétní komunikační nástroje, jako jsou sociální sítě, pop-up stánky, CoolPack balíčky či QR kódy. Kampaň je doplněna harmonogramem, rozpočtem a návrhem kontrolních mechanismů.

Text je celkově dobře napsaný, ale místy by mohl být stručnější – některé části se opakují, hlavně tam, kde se popisují podobné pojmy nebo modely.

## Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Práce byla hodnocena v systému Theses IS STAG a byla shledána míra shody do 3 %. Neprokázalo se plagiátorství.

## Otázky a náměty k obhajobě

Jaké konkrétní výzvy by podle Vás mohly nastat při realizaci navržené marketingové kampaně v praxi, a jak byste doporučila na ně reagovat?

Na základě jakých kritérií nebo dat jste stanovila hodnoty jednotlivých značek ve spojnicovém grafu č. 12? Jednalo se o subjektivní hodnocení, expertní odhad, nebo jste vycházela z konkrétních zdrojů?

## Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

Tuto diplomovou práci navrhuji hodnotit známkou: **A**

V Pardubicích 26.5.2025

Podpis .....