

Posudek oponenta diplomové práce

Název práce: Využití marketingové komunikace pro akvizici nových zákazníků národního dopravce České dráhy, a.s.

Autor práce: Bc. Hana Panušková

Oponent: Ing. Radka Vlažná

Hodnocení struktury a obsahu práce:	
Náplň práce je v souladu s tématem a zásadami pro zpracování práce:	Ano, náplň práce je zcela v souladu s tématem a zásadami pro zpracování práce. ▼
Jednotlivé části práce na sebe logicky navazují:	Ano, struktura práce je logická, jednotlivé části práce jsou vyvážené. ▼
Rozsah práce odpovídá stupni odborné práce a zpracovávanému tématu:	Ano, zcela. ▼

Hodnocení práce se zdroji:	
Student využíval dostatečné množství informačních zdrojů vztahujících se k tématu:	Ano, množství zdrojů a jejich obsah odpovídá zpracovávané problematice. ▼
Student prokázal schopnost pracovat s použitými informačními zdroji:	Ano, údaje zcela správně zobecňoval, analyzoval a citoval. ▼

Hodnocení postupu řešení a dosažených výsledků:	
Student zvolil vhodný postup řešení k naplnění cíle:	Ano, správně zvolil postup a vhodně aplikoval metody. ▼
Student v práci používal správnou odbornou terminologii vycházející z řešené oblasti:	Ano. ▼
Hodnocení dalšího využití náplně a výsledků práce:*	Ano, práce je po částečné úpravě či doplnění využitelná. ▼

*u prakticky zaměřených prací se hodnotí využitelnost pro praxi, u teoreticky zaměřených prací se hodnotí možnost aplikace teorie v praxi nebo jako základ pro další zpracování

Formální úprava práce:	
Po formální stránce práce odpovídá požadavkům na odbornou práci:	Ano, zcela. ▼
Práce je vhodně doplněna obrázky, tabulkami a přílohami:	Ano, velmi vhodně doplňují text práce. ▼
V práci se vyskytují gramatické chyby:	Ne, nebo pouze ojediněle. ▼

Poznámky k hodnocení

Diplomová práce je kvalitně zpracovaná, přehledně strukturovaná a formálně bezchybná. Autorka prokázala schopnost samostatného myšlení i kreativní přístup k tématu. Návrh akce „Seznamka ve vlaku“ je nápaditý a reflektuje aktuální marketingové trendy, zejména u generace Z. Oceňuji zapracování prvků brand experience, propojení emoční roviny s propagací produktů služeb ČD i návaznou komunikaci a remarketing. Slabinou je úzké zaměření na specifický segment a absence alternativ pro širší publikum. Výpočet ROI stojí na optimistických odhadech. V praxi bychom kampaň hodnotili komplexněji – i s ohledem na image značky a vnímání klíčových atributů (zážitek, modernost), proto optimistický výpočet ROI není překážkou. Diplomovou práci hodnotím jako velmi zdařilou, podnětnou a prakticky využitelnou.

Otázky k obhajobě

Jaké by byly další možnosti využití konceptu „seznamky ve vlaku“, které by mohly zasáhnout širší cílovou skupinu?
Uvažovala jste i o možném partnerství nebo spolupráci s externími značkami nebo subjekty, které by mohly nabídku zatraktivnit?
Přestože cílíme na generaci Z, nevyužíváte možnost influencer marketingu, dokázala byste vybrat vhodného influencera k propagaci akce?

Celkové hodnocení (známku stanovuje oponent DP se zohledněním výše uvedeného dílčího hodnocení)

Práci hodnotím celkově stupněm A (1,0) ▼

Datum: 20.5.2025

Podpis: