

## Posudek vedoucího bakalářské práce

Student: Barbora Špringrová  
Číslo studenta: E23917  
Název bakalářské práce: Marketingová komunikace vybraného podniku  
Cíl práce: Cílem práce je navrhnout doporučení pro marketingovou komunikaci vybraného podniku na základě analýzy jeho komunikačních aktivit.  
Vedoucí práce: Ing. Ondřej Svoboda, Ph.D.  
Studijní program: Management podniku  
Akademický rok: 2024/2025

### Náročnost tématu

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

Bakalářská práce se věnuje marketingovým aktivitám vybrané společnosti, konkrétně značky Blackdrops, působící v oblasti pražení a prodeje kávy. Cílem práce bylo zhodnotit současnou marketingovou komunikaci podniku a navrhnout opatření, která mohou přispět k jejímu zefektivnění. Teoretická část je postavena na systematickém rozboru pojmů marketingového mixu a komunikačních nástrojů, včetně moderních trendů v oblasti digitální komunikace.

Podstatným přínosem práce je realizace dotazníkového šetření mezi stávajícími i potenciálními zákazníky, doplněného o důkladný rozbor jednotlivých otázek. Výsledky šetření jsou přehledně interpretovány a dobře propojeny s návrhovou částí, která nabízí konkrétní a realistická opatření – například referenční program, spolupráci s mikroinfluencery, vzorková balení, soutěžní aktivity a úpravu obsahu na sociálních sítích. Ocenění zasluhuje i to, že některé z navrhovaných prvků byly firmou implementovány již v průběhu zpracování práce, což svědčí o vysoké praktické využitelnosti navržených doporučení.

Studentka přistoupila k tématu s důkladností a pochopením cílové skupiny. Práce se vyznačuje vysokou mírou samostatnosti, analytickým myšlením a silnou orientací na praxi. Formální a stylistická stránka je na dobré úrovni, v textu se vyskytují jen drobné formulační nedostatky, které však nijak nenarušují celkový dojem.

## Vyjádření k výstupům ze systému Theses

Největší míra shody je 2 %. Práce není plagiát.

## Otázky a náměty k obhajobě

Jaké benefity a bariery lze očekávat při zavádění Vámi navrhovaných opatření?

## Závěrečné hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě.

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

V Pardubicích 9.5.2024

Podpis .....