

## HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2015/2016

**Jméno studenta:** Bc. Lucie Cviklová  
**Studijní obor/zaměření:** Podniková ekonomika a management / KMO  
**Téma diplomové práce:** Cílený marketing neziskové organizace s případovou studií Techmania Science Center  
**Hodnotitel – oponent:** Ing. Jan Petryl, Ph.D.  
**Podnik – firma:** Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická

**Kritéria hodnocení:** (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (rešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Přístup autora k řešení problematiky práce
- O) Celkový dojem z práce

	1	2	3	4	N
A)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**velmi dobře**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>**

Autorka předkládané diplomové práce prokázala výbornou schopnost dané téma uchopit, přiblížit i analyzovat. Zejména oceňuji perfektní práci se širokou škálou zdrojů. Pro svá tvrzení nachází autorka oporu v tuzemské i zahraniční literatuře i dříve zpracovaných výzkumech.

V rámci zásad cíleného marketingu se autorka rozhodla realizovat výzkum zaměřený na potenciálně velmi zajímavou skupinu klientů – vysokoškolských studentů, kteří v současné době tvoří jen malý podíl na celkovém počtu návštěvníků centra.

Autorka přistoupila k výzkumu systematicky a odpovědně. Při interpretaci výsledků nachází a využívá zajímavé souvislosti, přehledně komentuje a vizualizuje získaná data. Z výsledků analýzy pak těží při konstrukci komunikačního plánu pro danou cílovou skupinu.

V některých směrech však zůstává prostor pro prohloubení výzkumu a je poněkud škoda, že autorka při zpracování diplomové práce nevyužila i dalších výzkumných metod (například focus group, řízené rozhovory, větší důraz kladený na použití otevřených otázek v dotazníku apod.).

Vlastní návrh komunikačního plánu obsahuje kalkulaci očekávaných nákladů i návrh zapojení různých komunikačních kanálů. Je však škoda, že autorka neposunula návrhy o další krok, kterým by byla alespoň částečná kalkulace očekávaných přínosů či rámcový návrh kreativ. Autorka navrhuje jako cíl je navýšení počtu návštěvníků z daného segmentu o 40 % a zvýšení NPS o 5%. Mezi návrhem a cílem však zůstává jakási "černá skříňka", do jisté míry "sázka, zda plán vyjde". Upřesnění by bylo přínosné zejména ve formě odhadů zásahu cílových publik, projekcí dle očekávané míry prokliku a následné konverze, či odhad nákladů na akvizici 1 návštěvníka pro různé kanály apod. Umožnilo by také managementu lépe se rozhodnout, které nástroje využije prioritně.

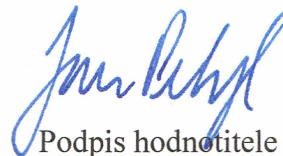
Plán využití navrhovaných komunikačních kanálů by i s ohledem na zvolené cílové publikum mohl klást větší důraz na zapojení placených online kampaní. Zkušenosti z praxe ukazují, jakých výsledků lze dosáhnout s dobře optimalizovanými kampaněmi na Facebooku či pomocí vhodně zacílené bannerové kampaně v obsahové síti Google apod.

Celkově však práci hodnotím pozitivně a domnívám se, že na základě případného upřesnění komunikačního plánu by bylo možné celkové hodnocení zlepšit.

### Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>

1. Jaký očekáváte konkrétní přínos u jednotlivých zvolených nástrojů komunikačního mixu?
2. Jaký podíl činí navrhovaných 147.130,- Kč na celkovém komunikačním rozpočtu TSC? Dojde-li ke skutečnému zvýšení počtu návštěvníků z řad studentů o 40 %, budou Vámi navrhované aktivity ziskové?
3. Zvažte rozšíření škály nástrojů komunikačního mixu o další online média a přesun některých mediálních nákladů do online komunikačního mixu. Jaké hlavní nástroje byste – s ohledem na charakter cílového publika – navrhovala případně zapojit?

V Plzni, dne 19. 5. 2016



Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

<sup>1</sup> Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

<sup>2</sup> Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

<sup>3</sup> Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz [www.fek.zcu.cz](http://www.fek.zcu.cz)). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).