

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2017/2018

Jméno studenta: Bc. Monika Pleskotová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Hodnocení vybraných aspektů komunikační strategie Czech-American TV

Hodnotitel – oponent: Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.
Podnik – firma: KMO FEK ZČU

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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Autorka se v diplomové práci zabývala vybranými aspekty marketingové komunikace neziskové organizace Czech-American TV. Práce je velmi prakticky orientovaná, prolíná se v ní teoretická rešerše a praktická doporučení. Klíčový důraz je věnován plánování PPC reklamní kampaně. Autorka v práci využívá především desk research a vlastních zkušeností získaných během dobrovolnické činnosti pro tuto organizaci. Zásadní přínos práce je nutné spatřovat v realizaci navržených opatření. Autorka v práci aplikuje několik novějších přístupů v oblasti marketingové komunikace - persony, Value Proposition Canvas, archetypy. Zásadní pozornost pak věnuje tvorbě PPC kampaně, která byla i realizována a je v práci vyhodnocena. Strategičtěji zaměřené části práce však nejsou příliš propojené s operativním plánováním PPC kampaně.

Na druhou stranu se nevyhnula některým chybám. Z hlediska formálního je běžné obsah práce prezentovat na dvou stránkách, odkazy v textu na online zdroje nemusí obsahovat slovíčko "online"; pro chápání textu práce by bylo vhodné prezentovat dříve v textu obrázek 2; je také vhodné nezačínat a nekončit kapitoly přímou citací, obrázkem, výčtem apod.; na str. 42 asi má být mít místo "výpis plateb za proklik" spíše "výpis PPC reklam". Gramatické chyby a překlepy nacházím např. na str. 24 "mimo evropské", str. 44 "potenciál oslovit ... na lidi"; str. 58 "klinutí" ad.



Jistou slabinou je i tvorba person pouze na základě odhadu ředitele organizace. V teoretické rešerši by bylo vhodné čerpat s ohledem na působnost firmy více v zahraničních zdrojích.


Celkově navrhuji předloženou práci hodnotit stupněm velmi dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Jakým způsobem byly využity osoby při plánování PPC kampaně?

Jaké byly výsledky optimalizované PPC kampaně?

V Plzni, dne 18.5.2018


Podpis hodnotitele