

## HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2020/2021

**Jméno studenta:** Štěpán Taušek  
**Studijní obor/zaměření:** Podniková ekonomika a management / KMO  
**Téma diplomové práce:** Marketingová komunikace vybrané univerzity směrem k potenciaálním uchazečům o studium

**Hodnotitel – oponent:** Mgr. Kamila Kolářová  
**Podnik – firma:** ZČU - odbor Vnější vztahy

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

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<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>

**výborně**

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

Diplomová práce má pro ZČU nesporný přínos s výrazným dopadem do praxe. Zpětná vazba od studentů 1. a 2. ročníků, týkající se komunikace univerzity s potenciálními studenty, je pro ZČU nesmírně cenná pro další zacílení jejich marketingových aktivit. Rovněž navržená řešení jsou postavena na reálném základě a většina z nich je velice dobře využitelná v praxi.

Autor diplomové práce dokázal do teoretické roviny velice dobře včlenit specifika univerzitního prostředí. Ukazuje se jako velice přínosné zapojovat studenty na základě jejich odbornosti do spolupráce s dotyčným univerzitním pracovištěm. Právě na základě možnosti nahlédnout danou problematiku „zevnitř“ pak může vzniknout diplomová práce, která není jen soupisem neživých pouček, ale stává se skutečným nástrojem pro reálné využití v praxi.

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

Zmiňujete, že event marketing je pro ZČU jedním z nejdůležitějších nástrojů komunikačního mixu vůči potenciálním uchazečům o studium. Dále také uvádíte, že klíčové jsou univerzitní veletrhy Gaudeamus, kde je velké množství konkurentů. Dokázal byste proto stanovit pro ZČU Unique Selling Proposition, na základě kterého se odliší a získá konkurenční výhodu?

Z dotazníkového šetření vyplývá, že uchazeči krom standardních sociálních sítí využívají také TikTok a Reddit. Myslíte si, že povaha těchto sociálních sítí je vhodná pro komunikaci s uchazeči o studium a ZČU by měla tyto komunikační kanály využívat?

Dle výzkumu je také zřejmé, že více jak 3/4 respondentů nesledovalo před nástupem na ZČU její sociální síť. Jakým způsobem by ZČU mohla toto číslo snížit?

V Plzni, dne 26. 5. 2021

Podpis hodnotitele