



Posudek vedoucí diplomové práce

Autorka: Bc. Simona Kolářová

Název práce: Kampaň sdíleného marketingu v organizaci Mamma HELP ve spolupráci s organizací Ryor

Vedoucí DP: PhDr. Tereza Pospíšilová, PhD.

Kriteria hodnocení:	Hodnocení (1 – 4):
Zdůvodnění relevance tématu vzhledem k oboru Studia občanského sektoru	1
Téma je relevantní vzhledem k oboru. Studentka zasazuje otázku úspěšnosti kampaní sdíleného marketingu do širšího kontextu spolupráce firem a NNO a velmi dobře s využitím odborné literatury zdůvodňuje svoji volbu kvalitativního výzkumu zaměřeného na to, jak úspěšnost kampaně vnímá NNO i firma.	
Kvalita teoretického/konceptuálního rámce práce	1
V teoretickém rámci studentka vychází z české literatury, ale detailně a s přehledem představuje i cizojazyčnou literaturu, která se vztahuje k různým aspektům sdíleného marketingu. Tím rozšiřuje naše porozumění tomuto jevu, dostupné v českém jazyce. Seznam literatury, se kterou studentka pracovala, je imponující. Úzký koncept CRM představuje i v širším pohledu společenské odpovědnosti firem či komercializace neziskového sektoru. Oceňuji, že v závěru propojuje různé předpoklady úspěšné CRM kampaně, jak je zjistila z různých zdrojů v literatuře. Zároveň pro ni fungují jako odrazový můstek pro účelový výběr případové studie.	
Formulace cílů, výzkumných otázek či hypotéz	1-2
Cíle jsou jasné. Výzkumné otázky odpovídají tématu práce i konceptuálními rámci. Mírné mínus je, že práce stojí mezi dvěma cíli – porozumět vnímání sdíleného marketingu oběma stranami ale zároveň testovat, zda platí faktory předpovídající úspěšnou kampaň. Oba cíle mohou být spojeny, ale dá se říct, že příklonem jen k jednomu z nich by byly dosaženy jasnější a přesvědčivější výsledky.	
Metody získávání a analýzy dat a jejich použití	1-
Zvolený postup je velmi dobře popsán a zdůvodněn. Oceňuji výjimečnou práci odvedenou na výběru a zdůvodnění vhodného případu, kdy bylo provedeno empirické mapování a srovnání kampaní v oblasti kosmetického průmyslu (s. 53-9). Výzkum se zaměřil na jeden vybraný případ (kampaň Mamma HELP a Ryor) a byly provedeny jen tři rozhovory, což by samo o sobě bylo málo. Na druhou stranu studentka dále analyzovala řadu typů dokumentů a zkoumala případ i z hlediska jeho vývoje v čase, takže data považuji za relativně bohatá, umožňující komplexní nahlédnutí případu. Určitým limitem je, že jeden typ dat je používán pro jeden typ výzkumné otázky (jen zčásti dochází ke kombinování typů dat pro zodpovězení jedné v.o., např. tam, kde jsou výpovědi respondentek srovnávány s reálnými finančními přínosy). Při popisu metod mohlo být víc prostoru věnováno případové studii a způsobu, jakým byla aplikována. Analýzu považuji celkově za zdařilou, zejména členění fází vývoje kampaně nebo srovnání přínosů, které NNO/firma v kampani vidí.	
Kvalita závěrů práce	1-2
Samotné závěry k předchozímu textu práce nepřidávají žádný další rozměr. Hlavní pojednání výsledků je v podstatě obsaženo v části 3.2.5. před závěrem. Studentce se nicméně podařilo velmi dobře zodpovědět otázky, které si položila, a zcela splnit stanovené cíle.	
Práce se zdroji	1
Práce se zdroji je v pořádku.	



Struktura práce, formulační a gramatická úroveň, grafická úprava	2
Práce má logickou a celkem přehlednou, i když trochu komplikovanou strukturu. Styl psaní je souvislý, gramaticky správný a studentka je schopna bez problémů pojednat odborné popisy i argumenty, ale text je místy složitý a obtížněji srozumitelný, tzv. „hůř se čte“. Oceňuji názorná srovnání dat během analýzy formou tabulek. Naopak obr. 4 bych ocenila v češtině. Práce je jako celek až moc dlouhá. Místy se totiž informace v mírných obměnách svým způsobem opakují (což je výsledkem snahy o přesnost a průhlednost popisu); jejich redukci mohla být práce ve výsledku o něco kratší i jasnější, což by prospělo využitelnosti práce.	

Celková známka před obhajobou: 1-

Otázky k obhajobě:

Cílem vaší práce nebylo formulovat doporučení. Mohla byste přesto na základě vašich zjištění formulovat tři nejdůležitější doporučení pro NNO, které uvažují o nastartování sdíleného marketingu? Co by určitě měly zvážit?

V Praze dne 8. 6. 2015

..... **Podpis vedoucí práce**