

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta/diplomantky: Matěj Oliva

Název práce: VYTVOŘENÍ MARKETINGOVÉ KOMUNIKACE V RÁMCI PODNIKATELSKÉHO PLÁNU NOVĚ VZNIKAJÍCÍHO E-SHOPU

Cíl práce: Hlavním cílem závěrečné diplomové práce je vytvoření marketingové komunikace pro nově vznikající internetových obchod.

Celková náročnost práce:

podprůměrná **průměrná** nadprůměrná (zvýrazněte)

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující (uved'te)

Stupeň splnění cíle práce	Velmi dobře
Samostatnost při zpracování tématu	Výborně
Logická stavba práce	Dobře – Nevyhověl
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	Dobře – Nevyhověl
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta/diplomantky	Dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Výborně
Pravopis a stylistika	Velmi dobře

Praktická či teoretická využitelnost zpracování:

podprůměrná průměrná **nadprůměrná** (zvýrazněte)

Hodnocení práce:

Diplomová práce na téma Vytvoření marketingové komunikace v rámci podnikatelského plánu nově vznikajícího e-shopu odpovídá požadavkům FTVS UK pro diplomové práce, i když vykazuje několik nedostatků.

Teoretická část práce je v pořádku, ačkoli například kapitola 3.1. je příliš obecná a uvedené informace by se spíše hodilo využít v úvodu. Ostatní kapitoly provádí kvalitní rešerši aktuálních zdrojů.

Kapitola metodika popisuje několik metod, které autor plánoval použít, nicméně například dotazníkové šetření, které uvádí v analytické části, vůbec nevyužívá. Naopak rozhovory s odborníky a focus group, které v práci využívá, v metodice popsané nejsou.

Analytická část práce se skládá z popisu plánovaného obchodu a pak přechází přímo do části syntetické, kde autor prezentuje své návrhy na marketingovou komunikaci. Samotný přechod je kostrbatý a nelogický a právě zde chybí vyhodnocení rozhovorů a focus groupu.

Syntetická část je zpracována velice kvalitně a samotná marketingová komunikace je na vysoké úrovni. Využitelnost prezentované části považují za nadstandardní.

Diskuze práce uvádí limity, což je v pořádku, ale jen okrajově porovnává vytvořenou komunikaci s teorií.

Závěry práce jsou v pořádku.

Práce se hodnotí rozporuplně, poněvadž na jedné straně vykazuje závažné nedostatky a na druhé straně jsou zde nadstandardně zpracované části. Celkově tedy práci považují za průměrnou.

Připomínky:

1. metody v abstraktu nejsou přesně popsány
2. autor rozděluje kapitoly na pouze jednu podkapitolu, což je nelogické
3. nedokonale rozpracovaná analytická část
4. autor zaměňuje **termín marketingové strategie a marketingové komunikace**

Otázky k obhajobě:

1. Který z marketingových nástrojů je pro Vás stěžejní a proč?
2. Definujte oblasti Vaší marketingové komunikace, které považujete za nejvíce složité

Navržený klasifikační stupeň: dobře

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu k diplomantovi/diplomantce.

V Praze dne 8.1.2018

.....
Tomáš Ruda