



POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Hana Hoffmanová

Název diplomové práce: Realizační postup tvorby marketingových materiálů pomocí freewarových softwarových prostředků

Jméno vedoucího diplomové práce: Ing. Petr Weinlich, Ph.D.

Jméno oponenta diplomové práce: Ing. Jakub Kučmaš

Oponent: - název firmy: Opel Southeast Europe LLC

- pracovní zařazení: Forecast and Market Analyst **kontakt:** jakub.kucmas@gm.com

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
I. Hodnocení zpracování tématu diplomantem:				
Splnění cíle práce	X			
Volba metod a jejich aplikace při zpracování tématu		X		
Hloubka provedené analýzy		X		
II. Hodnocení struktury a obsahu práce:				
Přehlednost a logická stavba (struktura) práce		X		
Aktuálnost a vhodnost použitých pramenů		X		
Schopnost diplomanta zpracovat získané podklady	X			
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce		X		
Formulování vlastních názorů diplomantem		X		
III. Hodnocení formy a stylu práce:				
Formální úprava práce (text, tabulky, grafy)	X			
Stylistická úroveň práce	X			
Práce s českou literaturou včetně odkazů a citací		X		
Práce se zahraniční literaturou včetně odkazů a citací		X		

Slovní hodnocení a připomínky k diplomové práci v rozsahu minimálně deseti řádků uveďte, prosím, na druhou stranu posudku.

Otázky k obhajobě diplomové práce:

- Marketingový pracovník firmy dostal za úkol obeslat stálé zákazníky firmy personalizovaným dopisem. Má k dispozici databázi zákazníků včetně přechýlených příjmení v excelovém souboru. Pomocí jakého softwaru by mohl toto zadání elegantně vyřešit, tak aby se mu do jednoho PDF souboru vygenerovaly dopisy pro všechny zákazníky?
- V praktické části práce uvádíte, že jste vytvářela materiály v programu Zoner Callisto 5 FREE. Z jakého důvodu jste zvolila pouze tento program a ne i jiný? Je zde nějaká konkrétní výhoda, kterou jste našla oproti dalším uváděným konkurenčním produktům (v teoretické části práce)?
- Jaký je současný trend využívání desktopových a on-line (cloudových) grafických editorů. Pro koho a jakým způsobem jsou obvykle využívány a jaká jsou hlavní specifika?

Práci doporučuji - nedoporučuji* k obhajobě. (*nehodící se škrtněte)

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: velmi dobře



**Slovní hodnocení diplomové práce:**

Diplomantka zpracovala diplomovou práci na téma „Realizační postup tvorby marketingových materiálů pomocí freewarových softwarových prostředků“ zajímavým způsobem. Na začátku práci je zmíněn marketing obecně i jeho on-line část. Přestože se práce nezabývá a ani nemá zabývat podrobnou analýzou historie marketingu, v první kapitole je podrobně popsána historie marketingu, kde bych vytkl zmínění pouze drobnost a to tzv. marketingový mix „4P“, přičemž dnešní doba si žádá definování mnohem podrobnějšího marketingového mixu. Za velice dostatečnou, minimálně pro potřeby této práce, naopak oceňuji podrobnost on-line propagačních prostředků. U kapitoly 2.3 bych si ale uměl představit i obrazové ukázky s důrazem na poukázání například „best practice“ nebo naopak s poukázáním na špatné varianty komunikace tak, aby čtenáři bylo ihned jasné, jakých chyb se vyvarovat. V kapitole č. 4 diplomantka velice jasně a přesně definovala zásady tvorby kvalitních tištěných materiálů včetně poukázání na vhodné typy písma a barev. Na práci oceňuji především kapitolu č. 5 - Předtisková příprava, kde diplomantka velice podrobně a čtivě popsala jednotlivé kroky tvorby tiskových materiálů. Práce naopak trochu trpí velice krátkou praktickou částí, protože kapitola č. 8 mohla být zpracována mnohem podrobněji. Právě v tomto bodě vidím mírný nedostatek práce. Cíl práce považuji za splněný, výčet freeware programů pro tvorbu marketingových materiálů a jejich popis je dostatečný. Stejně tak práce může pro laika fungovat jako průvodce tvorbou základních marketingových materiálů.

Podpis oponenta diplomové práce