

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Šimon Novotný

Název diplomové práce: Využití inovativního marketingu

Cíl práce: Cílem diplomové práce je návrh kampaně s využitím vlivných osob, a to ve vybraném podniku Maisie.

Jméno vedoucího diplomové práce: Ing. Otakar Ungerman, Ph.D.

	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				
Posouzení výsledku kontroly plagiátorství v IS STAG	Posouzeno bez výhrad			x
	Posouzeno s výhradami			

Vyjádření minimálně v rozsahu 10 řádků k diplomové práci z hlediska splnění jejích cílů, využití metod řešení a návrhů opatření včetně formální úpravy, práce s literaturou a její citace (uveďte na druhou stranu posudku).

Otázky k obhajobě diplomové práce:

1. Jak navrhujete hodnotit úspěšnost vašich návrhů kampaní? Podle jakých kritérií se mohou hodnotit influence kampaně?
2. V čem spatřujete hlavní výhody a nevýhody influence marketingu?
3. Prezentoval jste v teoretické části content marketing. Jakým způsobem jste se ho snažil zapojit do návrhu kampaně, případně jaké je optimální zapojení content marketingu?

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

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: **velmi dobře**

Datum: **31. 5. 2022**

.....
Podpis vedoucího diplomové práce



Student si vybral velice aktuální téma, kterým je inovativní marketing se zaměřením na influence marketing. Teoretickou část student logicky poskládal a čtenáři dal jasný přehled o současných směrech marketingu. Zaměřil se na influence marketing, kde správně rozdělil a popsal IM a doplnil příklady kampaní. Čtenář má tak ucelený přehled o IM a jeho využití v praxi pro marketingové účely. Celkově hodnotím teoretickou část jako velmi zdařilou i s přihlédnutím na množství zdrojů, které student použil. Následuje představení podniku a analytická část. Student provedl hloubkový rozhovor s majitelem a následnou analýzu současné komunikace. Podnik Maisie je nový a komunikace zatím není nijak rozsáhlá. Student prezentuje provedenou SWOT analýzu, ale ta má omezené vypovídací možnosti, spíše je shrnutí současného stavu. Pro vlastní návrh student provedl benchmarking konkurenčních podniků. Zaměřil se správně na sociální sítě a doplnil vždy komparační tabulkou. Vlastní návrh student připravil pro realizaci se zapojení vlastní odbornosti a je vcelku zdařilý. Zpracování návrhu kampaně by mohlo být poněkud propracovanější, ale v celkovém náhledu je reálné. Student prokázal znalosti influence marketingu a především dovednosti aplikovat ho v praxi. Studentovi navrhuji známku velmi dobře.