

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Denisa Karlová

Název diplomové práce: Návrh marketingové komunikační strategie firmy na Instagramu

Cíl práce: Hlavním cílem práce je navrhnout úpravu současné marketingové komunikační strategie na Instagramu vybrané firmy tak, aby byla efektivnější, vedla ke zvýšení míry zapojení současných sledujících a ke zvýšení celkového počtu sledujících na firemním profilu.

Jméno vedoucího diplomové práce: Ing. Jitka Burešová, 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	X			
Posouzení výsledku kontroly plagiátorství v IS STAG	Posouzeno bez výhrad			X
	Posouzeno s výhradami			

Otázky k obhajobě diplomové práce:

- 1) Na jaké zákazníky se orientují 3 vybrané konkurenční firmy? Jsou jejich osoby shodné s firmou Miss Cake, abyste je mohla označit za přímou konkurenci?
- 2) V práci tvrdíte, že nelze zhodnotit návratnost investice v podobě placené reklamy na Instagramu, z důvodu telefonických objednávek. Nebylo možné ani vysledovat, zda se průměrný počet objednávek za určité období zvýšil?

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

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: výborně

Datum: 1.6.2021

.....
Podpis vedoucího diplomové práce



Cílem diplomové práce bylo vytvořit efektivní marketingovou strategii na Instagramu. Z tohoto pohledu nepovažuji úplně za šťastné, že diplomantka nejprve vytvořila kapitolu, kde představuje všechny sociální sítě a až ve druhé kapitole se dostává k Instagramu. Instagram není rozebrán do patřičné hloubky, což je vzhledem k jinak velmi kvalitní práci škoda. Třetí kapitola se věnuje postupu vytvoření marketingové strategie, který diplomantka dále uplatňuje v praktické části. Vzhledem ke studiu diplomantky na univerzitě v Huddersfieldu je v teoretické části použito poměrně velkého množství zahraničních zdrojů. Toto hodnotím jako pozitivum práce.

Praktická část nejprve detailně představuje firmu Miss Cake a následně i její současnou komunikaci na Instagramu. V textu jsou vypíchnuty nedostatky současného profilu, na které se následně zaměřují návrhy změn. Spíše jako doplňkovou vnímám kapitolu č. 5.2 Analýza online prostředí, která by mohla být obsáhlejší. Další kapitola představuje analýzu konkurence. Zde není vysvětleno, proč jsou konkurenty právě 3 zvolené firmy. Jinak je analýza jejich instagramových profilů poměrně zajímavá. Velmi kladně hodnotím vytvoření 3 person (viz příloha A), pro které je následně zpracována marketingová strategie Miss Cake. Marketingová strategie je zpracována přehledně a logicky. Jednotlivé návrhy byly implementovány a následně vyhodnoceny. Velmi kladně hodnotím kapitolu číslo 6.3.1, kde jsou přehledně představeny všechny sledované metriky. Líbí se mi rovněž rozdělení zavádění strategie do 3 po sobě jdoucích fází a jejich následné vyhodnocení. Diplomantka také vytvořila 3 placené reklamní kampaně a každou zacílila na 1 stanovenou personu. Celkově hodnotím strategii jako komplexní, dle uvedených dat byla nová strategie úspěšná a zlepšila hodnoty všech sledovaných metrik.

Diplomantka přistupovala k psaní práce velmi zodpovědně, průběžně práci konzultovala. Její práce bezesporu přispěla ke zlepšení komunikace na Instagramu firmy Miss Cake. Stylistická úroveň je až na občasnou absenci čárek na dobré úrovni, práce je přehledná, hlavní cíl byl splněn. Z tohoto důvodu doporučuji práci k obhajobě.