

**POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE****Jméno diplomanta: Bc. DRTINOVÁ Petra****Název diplomové práce: Taktická prodejní kampaň Škoda Octavia Edition CZ****Jméno vedoucího diplomové práce: PhDr. Ing. Jaroslava Dědková, Ph.D.****Jméno oponenta diplomové práce: Ing. Martina Schillerová****Oponent: - název firmy: AGISS-PRAKTIKMÓDA****- pracovní zařazení: majitel****kontakt: 607 860 156**

	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			

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

Otázky k obhajobě diplomové práce:

- 1) V kap. 8 je psáno, že post-testy byly aplikovány v rámci „rozšířené cílové skupiny“. Co tato rozšířená cílová skupina představovala a na základě čeho byla stanovena?
- 2) Postupovala by jste stejně i v případě reklamní kampaně pro nově založenou společnost?

Práci doporučuji k obhajobě.**Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm:****Výborně****Datum:** 18.5. 2011**Podpis oponenta diplomové práce**



Diplomová práce byla ve své teoretické i praktické části zpracována velmi přehledně, pečlivě a svým rozsahem plně a detailně popsala realizovanou marketingovou kampaň. Svým rozvržením a strukturou vypovídá o dobré znalosti dané problematiky a teoretická část diplomové práce byla zajisté nezbytným vstupem k řešení části praktické. Celá diplomová práce tvoří dokonalý a ucelený komplex získaných i vypovídajících informací k zadanému tématu.

V teoretické části provedla diplomantka lineární studii, zaměřenou na komunikaci, komunikační mix, proces reklamní kampaně a její vyhodnocení. Praktická část je věnována případové studii, kde diplomantka představuje společnost ŠKODA AUTO a. s., popisuje komunikační platformu, vysvětluje význam pre-testů a podrobně se zabývá kampaní Škoda Octavia Edition CZ. V závěrečné části diplomové práce byl specifikován provedený post-test, který svou realizací napomohl k završení celkového hodnocení kampaně. Detailní popis marketingové kampaně a ukázky všech komunikačních materiálů svědčí o vysoké míře entuziasmu diplomantky při zpracování diplomové práce a vysokém zaujetí pro oblast marketingové komunikace.

Obecně je celá práce pojata a dokumentována logicky, věcně i obsahově správně. Rovněž grafická a formální úprava je na vysoké úrovni, přehlednost informací svědčí o orientaci v dané problematice stejně tak jako použitá odborná terminologie. Za velmi zdařilé považuji netradiční grafické vyjádření při vyhodnocení post-testu. Důkazem o pečlivém a zaujatém zpracování jsou zajisté i vlastní doporučení, které diplomantka navrhla v závěru práce, neboť vedou ke zkvalitnění komunikace na profilování značky.

Diplomová práce je zpracována s využitím teoretických znalostí získaných studiem na TUL v Liberci a vhodným způsobem jsou aplikovány získané praktické poznatky ze společnosti ŠKODA AUTO a. s.. Stanovené cíle práce byly bezesporu splněny, navíc provedeným post-testem obohaceny. Kvalita zpracování a vyhodnocení výsledků svědčí rovněž o dobré spolupráci s vedoucím diplomové práce, konzultantem a s firmou ŠKODA AUTO a. s. v průběhu řešení.

S přihlédnutím ke shora uvedenému, hodnotím diplomovou práci známkou:

výborně

