

## POSUDEK OPONENTA DIPLOMOVÉ PRÁCE

**Jméno diplomanta: Bc. Veronika Vopasková**

**Název diplomové práce: Komunikační strategie vybraného podniku**

**Jméno vedoucího diplomové práce: Ing. Zuzana Švandová, Ph. D.**

**Jméno oponenta diplomové práce: Ing. Veronika Černá**

**Oponent: - název firmy: Pojízdna pila s.r.o.**

**- pracovní zařazení: Majitel, jednatel**

**kontakt: 776 176 180**

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

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

### Otázky k obhajobě diplomové práce:

- 1) Přijala firma, či plánuje přijmout, nějaký návrh diplomantky?
- 2) Má firma centrální komunikační strategii, nebo ji každý z obchodních zástupců dělá po svém? Bylo by pro firmu přínosem komunikační strategii sjednotit?
- 3) Společenská odpovědnost a sponzoring jsou činnosti, které mimo jiné vytváří velmi pozitivní image firmy. Jak firma těchto svých aktivit využívá ke zlepšení své image a povědomí o firmě? Jak je propaguje?
- 4) Jaký má firma rozpočet na marketing / komunikační strategii? Znalá ho diplomantka při navrhování nových řešení komunikační strategie? Jsou její návrhy v souladu s tímto rozpočtem?
- 5) Jak získává firma zpětnou vazbu, pokud vůbec? Například u náborem nových zaměstnanců přes nástroj Facebook. Zjistila, kolik nových zaměstnanců díky této komunikační strategii / kampani nabrala?

**Práci doporučuji k obhajobě. (\*nehodící se škrtněte)**



## Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: 2

**Datum:**

.....  
**Podpis oponenta diplomové práce**

Myslím si, že diplomantka správně uchopila a zpracovala téma diplomové práce. Téma komunikační strategie se může zdát jednoduché, nicméně rozsah tohoto tématu je poměrně široký s možným přesahem do jiných oblastí. Diplomantka toto téma zanalyzovala velmi věcně, držela se cílů práce a ze zdrojů zpracovala stěžejní informace k tomuto zadání.

Diplomová práce je utříděna velmi dobře. V rešeršní části postupuje od hlavních témat k dílčím složkám těchto témat, čímž v práci dodržela přehlednost a posloupnost informací. Diplomantce bych vytkla poměrně časté gramatické chyby v textu a i pár stylistických chyb, které si myslím, že by se v takovémto textu v takovéto četnosti neměly vyskytovat.

Tabulky i grafy byly velmi vhodně zvolené i okomentované až na jednu výjimku, kdy není jasná zpětná vazba ze zvoleného komunikačního nástroje (viz. otázka k obhajobě).

Diplomantka splnila cíle zadání, ikdyž si myslím, že by bylo vhodnější návrhy na zlepšení komunikační strategie ve zvoleném podniku o něco více rozvézt do detailů a lépe propracovat. Například mi chybí informace, co by mělo firmě přinést zlepšení sponzoringu, čeho by tím chtěla docílit. Z hlediska vylepšení reklamy autorka navrhuje billboardy v místě sídla firmy, ale je to to, co potřebuje, když se zaměřuje na mezinárodní trh? Rozhodně oceňuji návrhy ohledně podpory prodeje ve formě online showroomu a navrhované změny u public relations. V práci postrádám návrh zlepšení v oblasti komunikace současných aktivit (sponzoring, společenská odpovědnost,...). Diplomantka nezmiňuje, zda firma těchto nástrojů nějak viditelně využívá ke své propagaci, či nikoli a ani nenavrhuje řešení, jak tyto činnosti využít ke zlepšení image firmy.

Diplomová práce podle mého názoru splňuje potřebné zásady k jejímu vypracování. Na základě výše zmíněných postřehů navrhuji diplomovou práci klasifikovat stupněm 2.

