

## Hodnocení oponenta diplomové práce

Autor práce	<b>Bc. Alžběta Omelková</b>		
Název práce	<b>Komunikační strategie společnosti KMS spol. s r.o.</b>		
Obor/forma studia	<b>MK KS</b>	Rok	<b>2021-2022</b>
Autor posudku	<b>Mgr. Zuzana Kupková, Ph.D.</b>		

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
Naplnění tématu a rozsah práce	30	<b>C</b>
Nastavení cílů a metod práce	40	<b>B</b>
Úroveň teoretické části práce	50	<b>D</b>
Úroveň analytické části práce	50	<b>B</b>
Úroveň projektové části práce	50	<b>D</b>
Splnění cíle práce	60	<b>C</b>
Struktura a logika textu	40	<b>B</b>
Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	<b>D</b>
Jazyková a formální úroveň práce	30	<b>C</b>
<b>Návrh hodnocení dle váženého průměru</b>	<b>1,96</b>	<b>C</b>

### Na práci lze ocenit (silné stránky):

- Provedení a vyhodnocení výzkumných šetření, přijetí závěrů

### Výhrady, připomínky a náměty k práci (slabé stránky):

- Nesprávné uvádění zdrojů – bez konkrétních stran
- Kvalita zdrojů – například kapitola o online komunikaci vychází ze zdrojů z roku 2010 a 2017! Marketingová komunikace obecně, ale speciálně ta online, se za 12 let skutečně velice proměnila, takto staré zdroje nepovažuji za relevantní
- Teoretická část – nepřehledná struktura i volba témat – například informace k maloobchodním jednotkám (hypermarket, diskont – jaký to má vztah k cíli práce?)
- Grafy 3 a 4 – jako zdroj uvedeno vlastní tvorba – jak na to autorka přišla? Není to tak, že pouze graficky vytvořila schéma uvedené v nějakém teoretickém zdroji? Ten zdroj by měl být uveden.
- SWOT analýza – nedostatečné uvedení zdrojů – pouze rozhovory a interní dokumenty, nicméně alespoň vlivy zvenčí je potřeba více podložit nezávislými zdroji
- Vyhodnocení rozhovorů v analytické části postrádá strukturu/členění
- Projektová část – výsledkem výzkumu v analytické části s respondenty B2B bylo, že nejčastěji byli osloveni osobně jednatelem, následně projektová část prezentuje návrh online komunikace se zaměřením B2C – nenacházím zde souvislost

### Otázky k obhajobě:

1. Jaký je poměr odběratelů B2B a B2C, je vůbec pro firmu významné se věnovat trhu B2C?
2. Vaše strategie se zaměřuje na získávání nových zákazníků nebo správnou komunikaci s těmi stávajícími? Jaký by byl rozdíl mezi těmito strategiemi?

Ve Zlíně dne 13. 5. 2022

Podpis:

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01