

Posudek vedoucího diplomové práce

Název diplomové práce:

Obsahový marketing pro generování leadů v segmentu B2B vzdělávacích a poradenských služeb

Autor diplomové práce:

Mgr. Barbora Nykodýmová

Cíl diplomové práce:

zjištění, jakým způsobem subjekty v segmentu B2B vzdělávacích a poradenských služeb na domácím trhu nahlízejí na využití obsahového marketingu ve své praxi a jak s ním pracují v orientaci na využití leadů pro obchodní činnost, sestavení sady konkrétních doporučení pro tvorbu strategie obsahového marketingu a práci s leady

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	Přidělené body
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	9
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	9
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	9
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	9
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	9
6. Logická stavba a členění práce	9
7. Jazyková a terminologická úroveň	10
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	9
9. Vlastní přínos k řešené problematice	10
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	9
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	92
Výsledná známka	výborně (1)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

Autorka si vybrala aktuální a odbornou veřejností sledované téma obsahového marketingu ve specifickém segmentu služeb B2B, výsledky její práce jsou využitelné v praxi. Teoretická část vychází hodně ze zahraničních zdrojů, neboť českých zdrojů je k dispozici pomálu. Autorka zde pěkným způsobem shrnuje podstatné body problematiky a vysvětluje důležitost tématu. Praktická část je postavena na dvou pohledech – dodavatelů služeb a jejich zprostředkovatele. Metodicky je využito kvalitativního výzkumu, který staví na rozhovorech s vybranými představiteli společností, ten je doplněn analýzou sekundárních dat – leadů a klíčových slov. Oceňuji zaujetí autorky a trpělivost při časově náročném výzkumu. Na základě provedených analýz jsou navržena konkrétní doporučení pro tvorbu strategie obsahového marketingu a práci s leady. Otázky k obhajobě: Na str. 53 zmiňujete jako jedno z rizik přehlcení obsahem. Jak reálné je a jak je možné mu čelit? Jak v souvislosti s tím hodnotíte budoucnost obsahového marketingu v segmentu B2B služeb? Nakolik lze považovat „Káru“ na str. 54 za obsahový marketing? Nejedná se spíše o reklamu?

Jméno vedoucího diplomové práce:

Ing. Marcela Zamazalová, Ph.D.

Pracoviště vedoucího diplomové práce:

Katedra marketingu VŠE