

Posudek vedoucího diplomové práce

Studijní program: **Mezinárodní ekonomické vztahy**

Studijní obor: **Cestovní ruch**

Akademický rok: **2018/2019**

Název práce: **Marketingové a komerční komunikace CK Čedok.**

Řešitel: **Bc. Eva Loucká**

Vedoucí práce: **Ing. Milan Postler, Ph.D.**

Oponent: **Ing. Mgr. Tomáš Sadílek, Ph.D.**

	Hlediska	Stupeň hodnocení
1.	Stupeň splnění cíle práce	1
2.	Logická stavba práce	3
3.	Práce s literaturou, citace	1
4.	Adekvátnost použitých metod	2
5.	Hloubka analýzy ve vztahu k tématu	1
6.	Vlastní přístup k řešení	1
7.	Formální úprava práce	2
8.	Jazyková a stylistická úprava práce	2

Konkrétní připomínky a dotazy k práci:

Diplomová práce Bc. Evy Loucké na téma "Marketingové a komerční komunikace CK Čedok" v rozsahu 109 stran formátu A4 má logickou strukturu. Na teoretickou část navazuje část praktická – aplikační. Svým rozsahem je diplomová práce nadstandardní. Strukturu diplomové práce tvoří celkem šest kapitol, z nichž první čtyři jsou teoretickým východiskem a na ně navazují dvě praktické kapitoly (kap. 5 a 6). Samostatnou část diplomové práce tvoří její Úvod a Závěr. V Úvodu autorka vymezila hlavní cíl své diplomové práce, tj. "zhodnotit marketingovou a komerční komunikaci společnosti Čedok a poté navrhnout doporučení, které by vedlo ke zlepšení této komunikace". Vytýčený cíl považuji za splněný. První kapitola je zaměřena na problematiku marketingu. Marketingový mix jako nástroj marketingu je obsahem druhé kapitoly. Třetí kapitola zahrnuje marketingové strategické plánování. Na marketingové a komerční komunikace je zaměřena čtvrtá kapitola. (pozn.: kap. 1 – 3 jsou s ohledem na téma diplomové práce nadbytečné – stačilo "zasadit" problematiku marketingových a komerčních komunikací do rámce marketingu, nikoli se zabývat samotným marketingem). Obsahem subkapitoly 4.1 je komunikační a mediální mix. Na přípravu komunikační kampaně je zaměřena subkapitola 4.2. V páté kapitole, která je praktická, autorka představila společnost Čedok. V subkapitole 5.2 je aplikován marketingový mix na uvedenou společnost. Obsahem subkapitoly 5.3 je aplikovaná SWOT analýza na společnost Čedok. Subkapitola 5.4 zahrnuje konkurenční analýzu předmětné společnosti. Na komunikační mix, který používá společnost Čedok je zaměřena subkapitola 5.5. Obsahem šesté kapitoly je vlastní terénní dotazníkové šetření, které autorka sama zrealizovala. V subkapitole 6.3 jsou shrnuty výsledky předmětného výzkumu. V subkapitole 6.4 autorka uvádí své návrhy a doporučení do budoucna. V samotném Závěru diplomové práce autorka konfrontuje vytýčený cíl z jejího Úvodu s výsledky, k nimž dospěla na základě provedených analýz a výsledků terénního dotazníkového šetření. Po formální stránce je diplomová práce velmi dobrá. Z hlediska jazykové a stylistické úrovně hodnotím diplomovou práci též jako velmi dobrou. Autorka shromáždila ke zpracování své diplomové práce poměrně skromný počet knižních publikací, avšak na druhou stranu poměrně rozsáhlý počet internetových zdrojů. Z podkladových zdrojů autorka správně cituje. Celkově hodnotím diplomovou práci Bc. Evy Loucké jako "velmi dobrou" a doporučuji ji k obhajobě.

ot. č. 1) V čem spočívá rozdíl mezi anketou a dotazníkem? ot. č. 2) Kdo je typickým klientem CK Čedok?

ot. č. 3) Do jaké míry koresponduje či nekoresponduje cílová skupina lidí na facebooku s cílovou skupinou CK Čedok?

Závěr: Diplomovou práci doporučuji k obhajobě.

Navrhovaná výsledná klasifikace práce: **2**

Datum: 11. 7. 2019

Ing. Milan Postler, Ph.D.
vedoucí práce