

Oponentní posudek na doktorskou disertační práci

Název práce: Budování konkurenční výhody českých podniků prostřednictvím kreativní internetové reklamy v rámci jednotného evropského trhu

Doktorand: Ing. Ludmila Navrátilová

Oponent: doc. PhDr. Iveta Šimberová, Ph.D.

Vypracován dne: 10. listopadu 2016

Disertační práce je strukturovaná do 8 kapitol, čítá 187 stran textu a přílohovou část v rozsahu 12 stran, jež doplňuje textovou část o 7 příloh týkajících se odborné způsobilosti autorky předložené práce a provedených doplňujících analýz a dotazníků primárních šetření.

Aktuálnost tématu a vymezení stanovených cílů práce je vyjádřeno a zdůvodněno v úvodu a ve čtvrté kapitole předložené práce, nazvané „Současný stav řešené problematiky“. Autorka zde pečlivě a logicky zpracovala nejnovější teoretická východiska k zvolenému tématu a shrnula je v několik důležitých poznatků a logických závěrů. Přístup k pojetí internetové reklamy je v současnosti ovlivněn změnami a dynamikou prostředí, a osobité uchopení tohoto tématu autorkou, a s ním související řešení práce bezesporu poukazuje na významnost a aktuálnost tématu. Za způsob řešení v oblasti vědeckého přínosu lze ocenit a zdůraznit zejména již zmíněné osobité uchopení a následný výzkum, který autorka provedla. Tato oblast není v našem prostředí dostatečně zmapována a získané poznatky jsou z tohoto pohledu velice užitečné a přínosné, jak pro podnikovou praxi, tak pro akademické prostředí.

Autorka si v první kapitole stanovuje za hlavní cíl: vytvoření konceptu využití kreativní internetové reklamy na českém trhu v návaznosti na kulturní hodnoty českého spotřebitele jako faktor zvyšování konkurenceschopnosti českých podniků. Oceňuji následnou explanaci použitých pojmů, jež jasně poukazuje na autorčinu důslednost a preciznost, a usnadňuje pochopení autorčina vnímání zkoumané reality.

Hlavní cíl dekomponuje do dílčích cílů, které tvoří jasnou logiku směřující k jejich plnění. Pozitivně hodnotím schematické vyjádření konceptuálního schématu dizertační práce (str. 19) a také schématického vyjádření postupu řešení dizertační práce (str.31), jež umožňuje rychle pochopení autorčiných záměrů při řešení hlavních i dílčích cílů. U logicky stanovených hypotéz lze následně sledovat jasné propojení na teoretickou znalostní základnu, která je podpořená cca 181 odbornými zdroji.

Autorka se v teoretických částech své práce (kapitoly 4) věnuje jak oblasti internetové reklamy a jejího vymezení, tak aktuálnosti a vývoji a trendům na poli internetové reklamy, které podrobuje kritické analýze. Opět pozitivně hodnotím její schopnost logicky extrahovat a provazovat klíčové

aspekty zkoumané reality a snahu o její schematické zobrazování. Oblast, kterou se autorka zabývá, je v našem prostředí stále ještě neprobádaná a i z tohoto pohledu je práce velkým přínosem. Kulturní aspekt při aplikaci internetové a kreativní reklamy otevírá potenciál pro konkurenční výhody podniků.

V kapitole 3 je prezentována metodologie zpracování dizertační práce, použité vědecké výzkumné metody a metody sběru dat.

Nosnou kapitolou je bezesporu kapitola 5, kde autorka prezentuje postup zpracování primárního výzkumu, jenž má tři části seřazené dle pořadí průběhu zpracování výzkumu. U každé z částí primárního výzkumu je uveden výběrový soubor, metodika, operacionalizace, statistické zpracování a výsledky v návaznosti na výzkumné otázky a hypotézy.

Celkovým logickým řešením, podpořeným vhodnými statistickými analýzami se ji podařilo v první části identifikovat a statisticky ověřit charakteristické hodnotové orientace pro českou populaci obecně a následně dle věkových skupin. Ve druhé části výzkumu se zaměřila na kreativní internetovou reklamu v ČR a obsahovou analýzou odhalila 10 druhů internetové reklamy v českém digitálním marketingu a jejích využití dle odvětví. Ve třetí části výzkumu přináší formou případových studií rozbor a ověření unikátních reklamních internetových kampaní z různých aspektů sledujících význam kreativity a české kultury v kreativní strategii.

V kapitole 6 shrnula výsledky výzkumu v návrh konceptu využití kreativní internetové reklamy a kulturních hodnot, čímž stanovené cíle dle mého mínění úspěšně naplnila.

Formální zpracování práce splňuje požadavky na tento druh práce, včetně grafické stránky práce, odborné i gramatické úrovně. Pozitivně hodnotím logiku práce, její strukturovanost a snahu autorky o schématické vyjádřování a kritické souhrny na konci některých kapitol.

Disertační práci lze svým zpracováním považovat za přínosnou nejenom pro oblast pedagogiky a praxe, ale i z pohledu vědecko – výzkumného.

Publikační činnosti autorky obsahuje 4 příspěvky v časopisech evidovaných v databázi (SCOPUS, ERIH) a 1 článek v mezinárodním odborném recenzovaném časopise a 7 příspěvků ve sbornících na mezinárodních konferencích. Vzhledem k rozsahu provedeného výzkumu bych doporučila výsledky publikovat zejména v odborných indexovaných časopisech, a to nejenom v domácím, ale i mezinárodním prostředí.

Autorce oponované disertace bych ráda položila několik námětů jako podklad do diskuse v průběhu obhajoby.

1. V čem vidíte největší přínos své práce, zejména s ohledem na teoretickou a vědeckou oblast?
Zdůrazněte poznatky a výsledky, které jsou typické pro českou populaci.
2. Vysvětlíte, jakým způsobem váš návrh řeší zvyšování konkurenceschopnosti českých podniků.
3. Jaké další trendy se dle vašeho názoru rýsují v oblasti reklamních kreativních strategií. Lze tyto trendy vymezit obecně nebo spíše s důrazem na kulturní odlišnosti?

Závěrečná doporučení oponenta:

Na základě posouzení všech aspektů zpracované disertační práce a výše uvedených názorů lze konstatovat, že posuzovaná disertační práce a zejména konkrétní přínos autorky je znatelný a je snadno odlišený od přejatých informací v práci použitých. Celkově konstatuji, že doktorandka splnila všechny cíle formulované v práci a práce obsahuje nové, unikátní poznatky, jenž jsou přínosem pro program 6208V097 Řízení a ekonomika podniku. Na základě výše uvedeného práci doporučuji k obhajobě a v případě úspěšné obhajoby doporučuji udělit Ing. Ludmile Navrátilové udělit titul PhD.

doc. PhDr. Iveta Šimberová, Ph.D.

Ústav managementu, Fakulta podnikatelská, Vysoké učení technické v Brně
Kolejní 2906/4, 612 00 Brno, Česká republika