

Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Miroslava Mikesková, DiS.

Vedoucí/oponent BP:

Mgr. Adéla Nováková

Ak. rok:

2012

Téma BP:

Analýza vybraných nástrojů marketingové komunikace

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	9
2	Splnění cílů práce	9
3	Teoretická část práce	9
4	Praktická část práce (analytická část)	8
5	Praktická část práce (řešící část)	8
6	Formální úroveň práce	8
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		51

Hodnocení jednotlivých kritérií:

0 bodů	nesplněno (odpovídá stupni „F“ podle ECTS)
1 – 2 body	splněno pouze na úrovni základních požadavků (odpovídá stupni „E“ podle ECTS)
3 – 4 body	splněno s výraznějšími, ale ne kritickými nedostatky (odpovídá stupni „D“ podle ECTS)
5 – 6 bodů	splněno, nedostatky neovlivňují podstatně celou práci, zejména výsledky (odpovídá stupni „C“ podle ECTS)
7 – 8 bodů	splněno zcela bez výhrad (odpovídá stupni „B“ podle ECTS)
9 – 10 bodů	splněno nadstandardně (odpovídá stupni „A“ podle ECTS)

Připomínky k práci:

Bakalářská práce se zabývá analýzou vybraných nástrojů marketingové komunikace jedné nejmenované české společnosti. V teoretické části, která je řádně citována, jsou definovány základní pojmy a představeny nástroje analýzy, pomocí kterých se pak v praktické části zkoumá a hodnotí marketingová strategie firmy. Práce je tedy logicky uspořádána a praktická část vychází a navazuje na tu teoretickou. Oceňuji rovněž návrhy doporučení pro zefektivnění vybraných komunikačních nástrojů, které se nacházejí v závěru práce.

Práce je dále velmi pečlivě zpracována a splňuje všechny formální požadavky, proto lze odpustit občasné gramatické a stylistické chyby.

Předložená bakalářská práce je kvalitní a odpovídá studijnímu oboru, proto ji doporučuji k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

1. Proč byly pro zkoumání postavení firmy na trhu a jejího vnitřního stavu vybrány právě tyto konkrétní metody (metoda PEST, Porterova analýza a metoda VRIO)?
2. Podle čeho byly vybírány a následně hodnoceny vlastní kategorie v tabulkách v rámci VRIO analýzy (např. *Tab. 4 Analýza fyzických zdrojů firmy ABC, str. 43*)?
3. V kapitole „Návrhy na zlepšení marketingové komunikace“ (str. 62) je u e – mail marketingu uvedena možnost výběru mezi programem a službou. Proč je pro firmu ABC doporučen program a z jakého důvodu právě tento konkrétní?

Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.



Práce nesplňuje kritéria pro obhajobu BP (minimálně jedno kritérium hodnoceno 0 body).



Ve Zlíně dne: 30. 8. 2012

Nováková

.....
podpis hodnotitele BP