

UNIVERZITA TOMÁŠE BATI VE ZLÍNĚ  
FAKULTA MANAGEMENTU A EKONOMIKY

**Posudek oponenta diplomové práce**

Jméno studenta:  
Bc. Michal Řehulek

Oponent DP:  
Ing. Petr Novák, Ph.D.

Ak. rok:  
2011/2012

Téma DP:

**Projekt sestavení vhodných komunikačních kanálů v rámci optimalizace distribučních cest ke klíčovým zákazníkům společnosti IH Moskva a.s.**

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	7
2	Splnění cílů práce	7
3	Teoretická část práce	8
4	Praktická část práce (analytická část)	5
5	Projektová část (řešící část)	7
6	Formální úroveň práce	6
<b>CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)</b>		<b>40</b>

**Hodnocení jednotlivých kritérií:**

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

### **Připomínky k práci:**

Práci je nutno vytknout formální stránku, především označování obrázků a tabulek, dále tabulky přes 2 strany (např. tab. 3, 4 apod.) atd.

Vzhledem k tématu a zadání práce považuju za naprosto nedostatečně provedenou analýzu současné marketingové aktivity, která měla být stěžejní analýzou pro celý projekt! Autor se až příliš zaměřil na problematiku vybudování nového kongresového sálu na úkor právě komunikační politiky.

V projektové části jsou dle mého názoru nedostatečně vydefinováni klíčoví zákazníci, kteří jsou dle kapitoly 11.2.1 pouze ze zdravotnického sektoru. Autor mohl na základě navržené komunikační (propagační) kampaně specifikovat podrobnější plán vytížení kongresových sálů – dle interních zdrojů IH Moskva jsou již provedeny odhady různých konferenčních akcí a v tom případě se nabízí otázka, zda tomu již neodpovídá stávající propagace? Pokud autor skutečně přináší nový pohled na tuto problematiku, pak by také s velkou pravděpodobností tato kampaň měla přilákat větší počet klientů.

Celkově však lze práci zhodnotit jako přínosnou a pravděpodobně také realizovatelnou.

### **Otázky k obhajobě:**

- Na str. 51 uvádíte, že dle dostupných informací z různých zdrojů je v březnu hlavní sezóna kongresové turistiky. Tyto zdroje nemáte uvedeny. Můžete objasnit, z čeho vychází toto Vaše tvrzení?
- Proč v rámci srovnání konkurence neuvažujete o zánovním hotelu Baltaci Atrium, což je 5\* hotel nabízející také možnost konferencí a dalších akcí s nesrovnatelně vyšším komfortem?
- Jak byste doporučil Vaše návrhy zredukovat tak, aby se projekt vešel do původního rozpočtu 200 000 Kč?

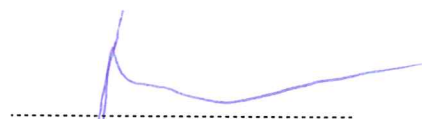
Práce splňuje kritéria pro obhajobu DP.



Práce nespĺňuje kritéria pro obhajobu DP (minimálně jedno kritérium hodnoceno 0 body).



Ve Zlíně dne: 28. srpna 2012

  
-----  
podpis oponenta DP