



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Vedoucí/oponent BP:

Ak. rok:

Kateřina Příbylová

Ing. Jana Michalcová

2012/2013

Téma BP:

Analýza zákazníků a způsobů komunikace v AFI Paláci Pardubice

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	7
2	Splnění cílů práce	10
3	Teoretická část práce	8
4	Praktická část práce (analytická část)	10
5	Praktická část práce (řešící část)	10
6	Formální úroveň práce	10
	CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)	55

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)

Michalcová

Připomínky k práci:

Bakalářská práce je velice zdařilá. Je zpracována komplexně, pečlivě, se správným použitím různých metod a překvapivě čtivě.

Vysoce hodnotím záživné propojení teoretických citací navzájem a s vlastními osobními postřehy studentky. V navazující praktické části je patrné, že ji marketing upřímně zajímá, přemýšlí o něm a ví, jak lze v praxi aplikovat poznatky ze školy (např. výpočet zlomového bodu, str. 35).

Studentka pracovala na BP mimořádně aktivně a samostatně. Sama si pro BP navrhla a realizovala spotřebitelský průzkum ve standardním postupu, jako se tomu děje v praxi. Absolvovala osobní schůzku s izraelským ředitelem AFI Paláce, aby získala skutečná data návštěvnosti v letech 2011-2012.

V závěru práce se nebojí kritickým okem podívat na komunikaci a navrhnout několik užitečných, dosud nepoužívaných komunikačních nástrojů. V tom je její práce nejprůběžnější.

Závěr:

Téma sice není na první pohled náročné na zpracování, ale o to více jsou jeho závěry náročné na obhájení – protože každý, kdo zná analyzovaný subjekt AFI PALACE PARDUBICE, má na něj a na jeho marketing svůj názor.

Otázky k obhajobě:

V praktické části v bodě 3.2 je uvedeno zajímavé porovnání komunikace a současně návštěvnosti, a to ve dvou posledních letech 2011 a 2012.

Máte nyní o AFI PALÁCI jako marketingovém produktu perfektní znalosti.

Dokázala byste dnes predikovat (=předpovědět) jeho návštěvnost v budoucnu, tj. v letošním roce a také výhled pro rok 2014? Bude AFI PALÁC obchodně úspěšný?

Využijte spíše příležitosti, nebo se projeví některé hrozby (viz analýza SWOT)?

Svou odpověď prosím zdůvodněte.

BP byla podrobena kontrole ke zjištění původnosti práce v IS STAG/Portál. Na základě výsledků této kontroly bylo zjištěno, že BP není plagiát.

Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.



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



Ve Zlíně dne:

13. 5. 2013

Michal

podpis hodnotitele BP