

UNIVERZITA TOMÁŠE BATI VE ZLÍNĚ  
FAKULTA MANAGEMENTU A EKONOMIKY

**Posudek oponenta bakalářské práce**

Jméno studenta:  
Libor Svoboda

Oponent BP:  
Mgr. Marie Nasvetrová

Ak. rok:  
2012/2013

Téma BP:

Analýza marketingové komunikace moderního muzea pro Expozici času ve Šternberku

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	10
2	Splnění cílů práce	9
3	Teoretická část práce	9
4	Praktická část práce (analytická část)	8
5	Projektová část (řešící část)	8
6	Formální úroveň práce	6
<b>CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)</b>		<b>50</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:

Bakalářská práce od studenta Libora Svobody je zaměřená na využití nových trendů v marketingové komunikaci moderní expozice s jejím okolím a na jejich zavádění do skutečné praxe. Jako subjekt práce bylo vybráno nově otevřené muzeum ve Šternberku, což je podle mého názoru dobrá alternativa. Práce je dobře systematicky zpracována na základě literárních a elektronických zdrojů. Teoretická část je vypracována velmi důkladně a tvoří výborný základ pro aplikaci jednotlivých doporučení v praktické části bakalářské práce. Druhá část bakalářské práce je zaměřena na analýzu současné marketingové komunikace vybraného subjektu a na základě zjištěných informací autor předkládá doporučení zavedení nových trendů v rámci marketingové komunikace, které následně podrobil nákladové, časové a rizikové analýze.

Závěry a doporučení jsou zpracovány vhodným způsobem podle postupů. Autor bakalářské práce aplikoval teoretické vědomosti na řešení praktických problémů marketingové komunikace, což svědčí o jeho schopnostech a marketingových znalostech.

## Otázky k obhajobě:

Které z uvedených doporučení preferujete a proč?

Jakým způsobem je možné eliminovat rizika spojená s vybraným doporučením?

Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.



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



Ve Zlíně dne:



Podpis oponenta BP