



## Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Vedoucí/oponent BP:

Ak. rok:

Kristína Nezvalová

Ing. Petra Hanáková

2015/2016

Téma BP:

**Návrh portfolia reklamných predmetov pre stavebnú firmu**

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	7
2	Splnění cílů práce	9
3	Teoretická část práce	8
4	Praktická část práce (analytická část)	8
5	Praktická část práce (řešící část)	9
6	Formální úroveň práce	8
<b>CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)</b>		<b>49</b>

**Hodnocení jednotlivých kritérií:**

0 bodů	<b>nesplněno</b> (odpovídá stupni „F“ podle ECTC)
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:**

Autorka ve své bakalářské práci zpracovala portfolio reklamních předmětů používaných konkrétní stavební firmou. Popsala firmu a definovala příjemce reklamních předmětů. Analyzovala současné reklamní předměty a v rámci finančního rámce navrhla balíčky reklamních předmětů, čímž splnila cíl bakalářské práce.

V teoretické části se autorka popsala marketingovou komunikaci, její proces a komunikační mix. Věnovala se podpoře prodeje a analýzám mikro a makroprostředí firem. Teoretická východiska bakalářské práce autorka popsala stručně, vzhledem k tématu práce ale zcela dostatečně.

V praktické části autorka představila konkrétní stavební firmu, identifikovala cílové skupiny příjemců reklamních předmětů a popsala jejich minulé a současné portfolio a provedla jejich SWOT analýzu. Popsala aspekty výběru dodavatelů reklamních předmětů a zpracovala PESTE analýzu firmy. V závěru práce navrhla nové portfolio reklamních předmětů ve variantách včetně finančního zhodnocení.

Po stylistické a formální stránce je práce na odpovídající úrovni.

### **Otázky k obhajobě:**

1/ Považuje autorka zjištěný objem finančních prostředků na reklamní předměty za adekvátní a vyhovující? Jaký je ve srovnání s cenou vín pro obchodní partnery?

2/ Považuje autorka v systému B2B zjišťování zpětné vazby na reklamní předměty přes sociální sítě za účinný? Jaké další metody pro zjištění zpětné vazby by zvolila?


3/ Se kterým z navržených reklamních prostředků se autorka nejvíce ztotožňuje a proč?

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

Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.

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

Ve Zlíně dne: 12. 5. 2016

  
.....  
podpis hodnotitele BP