

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Autor práce	Ing. Adéla Macháčková		
Název práce	Současná marketingová komunikace VŠB-TUO		
Obor/forma studia	MK KS	Rok	2019-2020
Autor posudku	Ing. Petra Halíková		

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	b
2 Nastavení cílů a metod práce	40	b
3 Úroveň teoretické části práce	50	a
4 Úroveň analytické části práce	50	b
5 Úroveň projektové části práce	50	a
6 Splnění cíle práce	60	a
7 Struktura a logika textu	40	a
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	a
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	30	b
10 Jazyková a formální úroveň práce	30	a
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,22	A

Na práci lze ocenit (silné stránky):

- Výborně zpracovaná teoretická část práce, opravdu přehledně vystihuje specifika marketingové komunikace v rámci univerzit i teorii týkající se marketingového výzkumu.
- Návrhy na zlepšení odpovídají výsledkům práce a jsou realizovatelné.

Výhrady, připomínky a náměty k práci (slabé stránky):

- Autorka si práce si vybrala velice široké téma, které pak bylo vzhledem k proveditelnosti zúženo jen na jednu oblast. Mělo by být jasněji vysvětleno její zdůvodnění zaměření jen na akci Den otevřených dveří.

Otázky k obhajobě:

- Jak by měla univerzita reagovat na nové podmínky, co se týká nábory studentů, v současné situaci, kdy je možné, že se nebudou moci konat kontaktní akce, veletrhy vysokých škol, dny otevřených dveří atd.?
- Jsou některá témata v rámci nábory, která lze v online komunikaci hůře potenciálním studentům vysvětlit/předat a jsou zásadní z pohledu VŠ?
- Jaký byl přístup respondentů při zjišťování dat? Dají se vystihnout specifika některých skupin? Např. rozdíly mezi studenty z gymnázií x středních odborných škol, mezi studenty x rodiči?

Ve Ostravě dne 25.8.2020

Podpis:

