

## POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Tereza Kalincová

Oponent bakalářské práce (BP): Ing. Janka Vydrová, Ph.D.

Téma BP: Analýza marketingové komunikace vybrané nízkonákladové letecké společnosti

Ak. rok: 2024/2025

### Poznámky k vyplňování posudku:

- U hodnocení jednotlivých kritérií použijte následující stupnici: A – splněno výborně bez výhrad, B – splněno velmi dobře s drobnými připomínkami, C – splněno průměrně, D – splněno s nedostatky, E – splněno, ale s výraznými nedostatky, F – nesplněno.
- Pokud je jakékoliv kritérium ohodnoceno stupněm F, práce musí být celkově hodnocena jako nevyhovující, která nesplňuje kritéria pro obhajobu BP a nelze takovou práci doporučit k obhajobě.
- Oponent BP se musí slovně vyjádřit ke každému hodnotícímu kritériu!

### Hodnotící kritéria:

### Hodnocení

Hodnotící kritéria:	Hodnocení
<b>1. Cíle a metody práce</b>	<b>D</b>
<i>Komentář se zaměří na: srozumitelnost formulace cílů práce a použitých metod zpracování práce; zhodnocení cílů práce v souladu s tématem práce; zvolené metody a postupy použité pro naplnění cílů práce.</i>	
Hlavní cíl bakalářské práce je stanoven srozumitelně, a v souladu s tématem BP. Studentka si na základě hlavního cíle stanovuje tři dílčí cíle, a to pro část teoretickou, analytickou a návrhovou. V rámci teoretické části si studentka stanovila literární rešerši ze zkoumané problematiky. Metody zpracování BP nejsou zpracovány a představeny.	
<b>2. Teoretická část práce</b>	<b>C</b>
<i>Komentář se zaměří na: obsah kritické literární rešerše; vhodnost zvolených domácích a zahraničních zdrojů; způsob citování zdrojů adekvátním způsobem.</i>	
V kapitole Cíle a metody zpracování BP si studentka stanovila cíl zpracovat teoretickou část formou literární rešerše. To však není splněno. Teoretická část je zpracována formou citování či parafrázování autorů kteří se zabývají problematikou marketingové komunikace. Část teorie, zabývající se situačními analýzami, nemají v bakalářské práci opodstatnění. Studentka se měla zabývat – dle Zadání bakalářské práce – marketingovou komunikací.	
<b>3. Praktická část práce – analýza</b>	<b>E</b>
<i>Komentář se zaměří na: využití poznatků z teorie, jejich vhodnost aplikace; dostatečný popis postupu aplikace metod práce; souhrnné zhodnocení současného stavu; dostatečnou podloženost závěrů analýz; náročnost sběru dat a jejich zpracování.</i>	
Praktická část začíná představením společnosti a měla by následovat analýza marketingové komunikace (viz. Zásady pro vypracování bakalářské práce). Studentka marketingovou komunikaci – jednotlivé nástroje – pouze popisuje a využívá k tomu interní materiály organizace. Nelze zde vidět žádný osobní přínos, ani žádnou „její“ práci na dané kapitole – vše je pouze citace interních materiálů organizace, popř. kompletace více zdrojů interních informací. Kapitola týkající se marketingové komunikace má 4 stránky, včetně obrázku na polovině strany. Vzhledem k nedostatečnému rozsahu – jak počtem stránek, tak i obsahově, není dodržena jedna ze stěžejních zásad pro vypracování BP. Následuje PEST analýza, benchmarking, Porterův model pěti konkurenčních sil, McKinsey 7S a dotazníkové šetření. Dotazníkové šetření není zaměřeno na analýzu komunikačních nástrojů. Pár otázek týkajících se komunikace zde můžeme najít, ale vyhodnocení je mimo zkoumanou problematiku. Předchozí dílčí analýzy taktéž	

nesouvisí s tématem BP, tematicky se k zadání nevztahují. Metodika sběru dat u dotazníkového šetření je nedostatečně popsána a lze mít silné pochybnosti o tom, zda byl dotazník správně distribuován. Část otázek v dotazníkovém šetření se však týká tématu. SWOT analýza je nesprávně zpracována, příležitosti nejsou externí faktory, které organizace svojí činností nemůže ovlivnit.

**4. Praktická část práce – řešící / návrhová / výzkumná**

**D**

*Komentář se zaměří na: návaznost řešící části práce na teorii a na výsledky analýz; podloženost návrhů odpovídajícími argumenty; splnění stanovených cílů. U BP s výzkumným zaměřením je nutno zaměřit se na diskuzi výsledků a jejich zhodnocení.*

Návrhy pro zlepšení jsou obecné. Organizace se na základě takhle obecných návrhů nemůže orientovat. Oceňuji ale vyčíslení finančních nákladů na jednotlivé návrhy.

**5. Formální úroveň práce**

**D**

*Komentář se zaměří na: logickou provázanost textu práce; použití správné terminologie; použití předepsané normy citování zdrojů; odpovídající jazykovou a grafickou úroveň.*

Formální úroveň – práce je v částečném nesouladu zadání – text práce.

**Závěrečné hodnocení BP\***

**E**

Bakalářská práce je zpracována na téma Analýza marketingové komunikace vybrané nízkonákladové letecké společnosti. Samotná bakalářská práce – bez zadání – je zpracována na standardní úrovni, hlavním problémem je nesoulad zadání a samotné bakalářské práce. Závazný dokument, na základě, kterého se bakalářská práce posuzuje, je právě Zadání BP – studentka tedy nesplnila zadání.

\* Výsledná známka není aritmetickým průměrem jednotlivých kritérií hodnocení práce.

**Otázky k obhajobě:**

1. Představte komisi metody zpracování BP.
2. Proč jste nedodržela zadání BP – jako závazný dokument? Proč jste nezpracovala žádnou analýzu týkající se marketingové komunikace organizace?
3. Představte komisi řádně zpracovanou analýzu marketingové komunikace organizace.

Práce **splňuje** kritéria pro obhajobu BP. Práci **doporučuji** k obhajobě.


Datum 24.05.2024



utbzes920836e3

Č. j.: UTB/24/011122

Posudek oponent Kalincová

  
Podpis oponenta BP