



## Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

**Michal Žoch**

Vedoucí BP:

**Ing. Petr Krenar**

Ak. rok:

**2011/2012**

Téma BP:

**Analýza vybraných komunikačních aktivit ve firmě TONDACH Česká republika, s. r. o.**

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	<b>7</b>
2	Splnění cílů práce	<b>8</b>
3	Teoretická část práce	<b>7</b>
4	Praktická část práce (analytická část)	<b>8</b>
5	Praktická část práce (řešící část)	<b>8</b>
6	Formální úroveň práce	<b>7</b>
	<b>CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)</b>	<b>45</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:**

Cílem bakalářské práce je analýza vybraných komunikačních aktivit firmy TONDACH Česká republika, s. r. o. na základě jejichž poznatků jsou navržena doporučení směřující ke zlepšení těchto aktivit ve společnosti. Návaznost jednotlivých kapitol od úvodu po závěr je logická a čtenáři srozumitelná. V teoretické části student velmi dobře nastínil základní východiska týkající se řešené problematiky. Nicméně v kapitole 3 Komunikační mix opomněl zmínit kritéria a postup, jak měřit účinnost jednotlivých prvků marketingové komunikace v případě jejich nasazení. Použitá literatura je až na drobnou výjimku (v přehledu použité literatury chybí titul od autorů Kotíková a Zlámal ze str. 22) citována. Významná pozitiva práce je možné spatřovat v její praktické části. Autor podrobně zmapoval a zhodnotil nejen vlivy vnitřního a vnějšího prostředí firmy, ale i současný stav jejich využívaných komunikačních aktivit. Dalším důležitým přínosem, který dotváří celkový obraz účinku a úrovně komunikace společnosti, je analýza vnímání marketingové komunikace, provedená na základě dotazníkového šetření u veřejnosti veletrhu SPI Ostrava 2012. Ze získaných údajů byla následně sestavena SWOT analýza, jež popisuje přehledně v tabulce i textu její jednotlivé části. Celá práce pak vyúsťuje v návrh studenta s řadou nápadů, jak optimálně zdokonalit vybrané komunikační aktivity, a dosáhnout tím jejich vyšší efektivity vůči cílovým skupinám. Formulovaná doporučení lze považovat za smysluplná a v praxi realizovatelná. V rizikové analýze autor upozorňuje na faktory, které je nutné mít na paměti, včetně opatření vedoucích k eliminaci těchto bariér. Nákladová analýza popisuje pouze rozpočet, chybí v ní vyčíslení očekávaného ekonomického přínosu (např. analýza návratnosti investic apod.). Formální úroveň práce a písemný projev autora jsou až na několik stylistických a gramatických nepřesností na velmi dobré úrovni.

### **Otázky k obhajobě:**

1. Měl jste možnost své zlepšující nápady předem konzultovat s vedením společnosti?  
Jaké byly jejich reakce?

Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.



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



Ve Zlíně dne: 15. května 2012

  
-----  
podpis hodnotitele BP