



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Kateřina Kolářiková

Oponent BP:

Ing. Petr Krenar

Ak. rok:

2011/2012

Téma BP:

Návrh komunikačního plánu servisních služeb společnosti PENTO, s.r.o.

| Kritéria hodnocení: | | Počet bodů (0 – 10) |
|--|---|---------------------|
| 1 | Náročnost tématu práce | 8 |
| 2 | Splnění cílů práce | 8 |
| 3 | Teoretická část práce | 7 |
| 4 | Praktická část práce (analytická část) | 8 |
| 5 | Praktická část práce (řešící část) | 8 |
| 6 | Formální úroveň práce | 7 |
| CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60) | | 46 |

Hodnocení jednotlivých kritérií:

| | |
|-------------|--|
| 0 bodů | Nesplněno (odpovídá stupni „F“ podle ECTC) |
| 1 – 2 body | splněno pouze na úrovni základních požadavků (odpovídá stupni „E“ podle ECTS) |
| 3 – 4 body | splněno s výraznějšími, ale ne kritickými nedostatky (odpovídá stupni „D“ podle ECTS) |
| 5 – 6 bodů | splněno, nedostatky neovlivňují podstatně celou práci, zejména výsledky (odpovídá stupni „C“ podle ECTS) |
| 7 – 8 bodů | splněno zcela bez výhrad (odpovídá stupni „B“ podle ECTS) |
| 9 – 10 bodů | splněno nadstandardně (odpovídá stupni „A“ podle ECTS) |

Připomínky k práci:

Cílem bakalářské práce je vypracování návrhu komunikačního plánu servisních služeb pro společnost PENTO, s.r.o. Řazení jednotlivých kapitol působí na čtenáře zmatečně a místy postrádá svoji logiku (zvláště v případě nastínění metodologického postupu řešení). Příčinu lze spatřovat v nedostatečném prostudování literárních zdrojů, které se přímo návaznými kroky při vypracovávání analýz zabývají (v seznamu použité literatury se takto účelný titul nevyskytuje). V teoretické části práce jsou co do obsahu dobře vysvětlena východiska týkající se marketingu a marketingových komunikací. Nicméně v kapitole 3.4 Marketingové plánování a dále, potažmo v kapitole 4.4 Analýza informací, chybí uvedení vhodných primárních analytických metod týkajících se hodnocení vnitřního a vnějšího prostředí. Jejich zpracování představuje základní předpoklad pro možné použití SWOT analýzy jakožto syntézy poznatků k formulování závěrů. Autorka v této části práce taktéž opomněla zmínit kritéria a metody, jak měřit účinnost marketingové komunikace v případě jejího nasazení. Použitá literatura je citována. V praktické části je ihned po výstižném představení společnosti umístěna sekundární SWOT analýza, která ovšem nemůže předcházet primárním analýzám (analýze zákazníků, analýze konkurence, analýze komunikačních aktivit a v neposlední řadě provedenému dotazníkovému šetření). Navzdory těmto nedostatkům významná pozitiva práce lze spatřovat v navrhovaném komunikačním plánu, především v množství konkrétních možností, které firma může pro svůj záměr reálně využít. Formální úroveň práce a písemný projev autorky jsou až na několik stylistických nepřesností (užití nespisovných výrazů) na velmi dobré úrovni.

Otázky k obhajobě:

1. Měla jste možnost své zlepšující návrhy 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