



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Jana Irovská

Vedoucí/oponent BP:

Ing. Miloslava Kubíčková, Ph.D.

Ak. rok:

2012/2013

Téma BP:

Identifikace cílových skupin firmy PROVING s. r. o. a návrh komunikace s nimi

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	5
2	Splnění cílů práce	4
3	Teoretická část práce	5
4	Praktická část práce (analytická část)	4
5	Praktická část práce (řešící část)	4
6	Formální úroveň práce	5
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		27

Hodnocení jednotlivých kritérií:

0 bodů	nesplněno (odpovídá stupni „F“ podle ECTS)
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:

Bakalářská práce se zabývá identifikací cílových skupin firmy PROVING s.r.o. a návrhem komunikace pro jednotlivé skupiny.

Teoretická část vychází z dostatečného počtu zdrojů. V seznamu literatury jsou drobné chyby z hlediska citací. Teoretická i praktická část je v souladu.

V práci se však objevují stylistické nedostatky, v některých případech věty nedávají smysl. Jsou zde využívána příliš dlouhá souvětí.

V praktické části je provedena SWOT analýza, ale bez hlubšího vysvětlení jednotlivých bodů, které jsou uvedeny v jednotlivých částech. Velmi povrchně provedená je analýza konkurence. Informace o jednotlivých konkurentech jsou nejednotné (počet zaměstnanců, obrat).

Důležitou částí práce je identifikace cílových skupin B2C, B2B a B2G. Z práce není jasné, jestli jsou někteří zákazníci stálí nebo pouze čerpají jednorázové zakázky. Stěžejní částí práce je návrh na nové komunikační kanály. Za nevhodnou považuji komunikaci prostřednictvím dotazníků pro navázání kontaktu u segmentu B2C. Navržené způsoby komunikace jsou u jednotlivých cílových skupin pouhým výčtem bez uvedení finančního zatížení firmy (např. náklady na internetové stránky, reklamní banery atd.)

Otázky k obhajobě:

1. Vysvětlíte a zdůvodněte slabé stránky ve SWOT analýze
2. B2C – V práci navrhuje přímé oslovení face to face. Vysvětlíte, jakým způsobem by to v praxi probíhalo.
3. B2B – Existují ve firmě zákazníci, kteří čerpají služby opakovaně?
4. B2G – Jakým způsobem se může firma dostat k zakázkám v této skupině zákazníků?

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

Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.

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

Ve Zlíně dne: 6. května 2013

Mulová Kubíčková