



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Alena MIŠKAŘÍKOVÁ

Oponent BP:

Ing. Růžena VORLOVÁ

Ak. rok:

2012/2013

Téma BP:

Analýza zákazníků a marketingové komunikace firmy FRUNĚK INOX s.r.o.

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	8
2	Splnění cílů práce	2
3	Teoretická část práce	1
4	Praktická část práce (analytická část)	2
5	Praktická část práce (řešící část)	2
6	Formální úroveň práce	7
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		22

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:

Teoretická část svým obsahem ne příliš koresponduje s částí praktickou. Neřeší např. oblast konkurence či efektivity komunikačních nástrojů, které jsou v praktické části uvedeny, naopak kap. 3 není v práci využita (mimo závěrečná doporučení!), stejně jako popisovaný marketingový mix. Oblast zdrojů je pouze na minimální základní úrovni a seznam neodpovídá metodickému pokynu (abecední pořadí). Identifikace internetových zdrojů není dle citační normy. Velká část teorie není vůbec zakrojována! U jiných (např. kap 3) je uvedena jako zdroj přednáška vyučujícího (dokonce má), což je nepřipustné, protože přednášky nebyly nikde v této formě zveřejněny ani publikovány.

Praktická část:

Velká část je věnována monitoringu zakázek v průběhu roku 2012 (10 stran z 30), a to jen z pohledu dělení sklady/firmy. Opakované nákupy nejsou uvedeny, ačkoli je loajalita zákazníků v názvu kapitoly. Práce tak obsahem odpovídá spíše průzkumu vývoje objemu zakázek v průběhu roku, nikoli analýze zakázek.

V kap. 5.3. segmentuje studentka zákazníky podle regionu, ale řeší spíše logistiku, než marketing. Zhodnocení komunikačních aktivit je sice vlastním přínosem studentky, v oblasti navrhovaných forem propagace se ale jedná o domněnky, nepodložené fakty (např. měřením efektivity těchto komunikačních nástrojů).

Závěrečné návrhy a doporučení jsou popisem obecné struktury komunikačního plánu, včetně např. SWOT analýzy, která by měla být spíše součástí práce.

Práci považuji za velmi nekvalitní a k obhajobě ji doporučuji jen s velkými výhradami.

Otázky k obhajobě:

Činnost firmy definujete jako službu (ačkoli se jedná o zakázkovou kovovýrobu). Objasněte prosím, jak splňuje základní atributy služby – tzv. 4N.

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.

X

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

Ve Zlíně dne: 17.5.2013



.....
podpis hodnotitele BP