

## Hodnocení oponenta bakalářské práce

Autor práce	<b>Denisa Halašová</b>
Název práce	<b>Marketingové komunikace firmy, poskytující služby, a hodnocení jejich účinnosti</b>
Obor/forma studia	<b>MK KS</b>
Akademický rok	<b>2012/2013</b>
Autor posudku	<b>PhDr. Zdeněk Křížek</b>

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	<b>b</b>
2 Nastavení cílů a metod práce	30	<b>c</b>
3 Úroveň teoretické části práce	50	<b>a</b>
4 Úroveň analytické části práce	50	<b>b</b>
5 Úroveň projektové části práce	50	
6 Splnění cíle práce	60	<b>b</b>
7 Struktura a logika textu	40	<b>b</b>
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	<b>a</b>
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	<b>b</b>
<b>Návrh hodnocení dle váženého průměru</b>	<b>1,36</b>	<b>B</b>

### Připomínky a hodnocení práce:

Standardní práce praktického zaměření evidentně vycházející z potřeb pracoviště autorky. K praktickému využití pak výsledky práce opět směřují. Nad požadavky na bakalářský stupeň kvalifikačního textu jdou některé poznámky v posledních kapitolách práce, kde autorka navrhuje i dílčí doporučení pro další postup v marketingových komunikacích daného subjektu. Škoda, že jsem z textu nepoznal, o jakou firmu se konkrétně jedná, ale chápu, že tato informace může být důvěrná, a proto není v textu zmíněna.

Chybou je, že cíl práce a výzkumné otázky (případně hypotézy) nejsou v práci formulovány explicitně, i když cíl je v textu na některých místech skrytě naznačen.

Na str. 18, v druhém odstavci nejsou citace odkázány na zdroje.

### Otázky k obhajobě:

- 1) V čem především se liší pojetí marketingových komunikací v oblasti služeb od MK v oblasti produktů – hmotných výrobků?

- 2) Výzkum a analýza jeho výsledků se týkal převážně nebo výhradně stávajících zákazníků. Jaké marketingové aktivity by autorka doporučila pro získání nových klientů?
- 3) Uvedená doporučení se týkají především forem marketingové komunikace (reklama, PR atd.). Jaké konkrétní prostředky a média by autorka doporučovala (printy, TV reklamu, on-line atd.)?

Přes uvedené připomínky považuji tuto práci za velmi kvalitní a souhlasím s hodnocením vygenerovaným tabulkou.

**Ve Zlíně dne 3. 5. 2013**

**Podpis:**

**PhDr. Zdeněk Křížek**