



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Oponent BP:

Ak. rok:

Petra DOLEŽALOVÁ

Ing. Růžena VORLOVÁ

2012/2013

Téma BP: **Návrh marketingové komunikace s vybranými skupinami zákazníků ve firmě Unicars Cz s.r.o.**

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	8
2	Splnění cílů práce	3
3	Teoretická část práce	1
4	Praktická část práce (analytická část)	2
5	Praktická část práce (řešící část)	4
6	Formální úroveň práce	7
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		25

Hodnocení jednotlivých kritérií:

0 bodů <input type="checkbox"/>	nesplněno (odpovídá stupni „F“ podle ECTS)
1 – 2 body <input type="checkbox"/>	splněno pouze na úrovni základních požadavků (odpovídá stupni „E“ podle ECTS)
3 – 4 body <input type="checkbox"/>	splněno s výraznějšími, ale ne kritickými nedostatky (odpovídá stupni „D“ podle ECTS)
5 – 6 bodů <input type="checkbox"/>	splněno, nedostatky neovlivňují podstatně celou práci, zejména výsledky (odpovídá stupni „C“ podle ECTS)
7 – 8 bodů <input type="checkbox"/>	splněno zcela bez výhrad (odpovídá stupni „B“ podle ECTS)
9 – 10 bodů <input type="checkbox"/>	splněno nadstandardně (odpovídá stupni „A“ podle ECTS)

Připomínky k práci:

Teoretická část z větší části odpovídá části praktické, seznam literatury je základní, ale dostačující.

Připomínky:

- **Základním nedostatkem jsou citace!!! Citováno je zmatečně – u částí přímých citací a odkazů je citováno dle stanovené normy, parafrázované části dle normy již neplatné!**
- Tato část je pouze kompilací citací a parafrází literatury, chybí propojení a syntéza vlastními texty a komentáři studentky, které z daných pojmů budou využity a proč.

Praktická část je členěna logicky a věcně, ale s významnými připomínkami:

SWOT analýza:

- nemá základ v analýzách vnitřního a vnějšího prostředí
- většina z uvedených příležitostí nespadá pod vnější vlivy – např. rozšiřování poskytovaných služeb, zefektivnění marketingové komunikace atd.

Další připomínky:

- u výčtu hlavních konkurentů (str. 48) není uvedeno, na základě jakých kritérií byli selektováni a specifikováni. Taktéž není uvedeno jakékoli srovnání či vazba na komunikaci či závěry práce
- návrhy jsou pestré a kreativní, ale vzájemně nepropojené. Jsou bohužel popsány pouze na teoretické a povrchní bázi, bez konkretizace realizace (např. časový plán). Rovněž náklady nejsou vyčísleny souhrnně. Práce proto podle mého není aplikovatelná v praxi.

Stylistika i jazyk práce jsou odpovídající, bez gramatických chyb.

Práci považuji za méně kvalitní a pro obhajobu ji doporučuji s výhradami.

Otázky k obhajobě:

1. Jaké jsou celkové náklady na Vámi navrženou komunikaci?
2. Jak byste specifikovala typického zákazníka firmy – loajálního i nového?
3. Na str. 48 uvádíte, že propagaci je nutno soustředit před obdobím nejvyššího prodeje a v období nejnižšího je vhodné ji utlumit. Vysvětlíte proč.

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