

Hodnocení oponenta diplomové práce

Autor práce	Bc. Andrea Jankovcová
Název práce	Integrovaná marketingová komunikácia spoločnosti Autoškola EUROMIKO, s. r. o.
Obor/forma studia	MK PS
Akademický rok	2012/2013
Autor posudku	PhDr. Zdeněk Křížek

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	40	a
2 Nastavení cílů a metod práce	30	a
3 Úroveň teoretické části práce	50	b
4 Úroveň analytické části práce	50	a
5 Úroveň projektové části práce	50	a
6 Splnění cíle práce	60	a
7 Struktura a logika textu	40	a
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	30	a
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	20	b
10 Jazyková a formální úroveň práce	20	
Návrh hodnocení dle váženého průměru	1,12	A

Připomínky a hodnocení práce:

Práce má standardní strukturu a přiměřený rozsah. Autorka prokázala, že se dobře orientuje v oblasti marketingových komunikací v teorii i v praxi.

Praktická část by mohla být stručnější; je možná zbytečné zabývat se v DP rozbořem jednotlivých forem marketingových komunikací v obecné rovině v takovém rozsahu. Užitečnější by asi bylo bývalo zaměřit se konkrétněji na specifika marketingu služeb, který více souvisí s problematikou dále analyzovaného subjektu autoškoly.

Vlastní analýza (praktická část) dané firmy i konkurenčních subjektů je provedena dobře a pečlivě. Autorka využívá jak metody SWOT analýzy, tak Porterův pětifaktorový model. Velmi podrobně jsou pak analyzovány jednotlivé formy marketingových komunikací a prostředky (příp. média), které jsou v nich využity.

Práce pak logicky ústí v projekt, který je rovněž zpracován velmi podrobně a pečlivě, včetně finančních kalkulací. Vzhledem k tomu, že autorka nepochybně dobře zná situaci firmy, je dle mého názoru projekt velmi dobře prakticky využitelný. Jediné, co v něm snad chybí, je podrobnější návrh řešení kreativy. K tomu směřují mé další otázky.

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01

Slovenštině sice dobře rozumím, přesto si však netroufám hodnotit jazykovou úroveň práce. Předpokládám však, že i ta je v pořádku.

Otázky k obhajobě:

- 1) Jaká jsou specifika či odlišnosti marketingových komunikací v oblasti služeb?
- 2) Jsou-li hlavní cílovou skupinou autoškoly mladí lidé do 20 let, jakých věcných argumentů, případně emocionálních apelů je vhodné v komunikační kampani použít?
- 3) Jak by měla vypadat kreativa (text, vizuály)? Mohla by se autorka pokusit vytvořit centrální slogan pro tuto autoškolu?

Navrhuji hodnocení **A**.

Ve Zlíně dne 14. 5. 2013

Podpis:

PhDr. Zdeněk Křížek