



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Vedoucí/oponent BP:

Ak. rok:

Michaela Polanská

Ing. Petra Hanáková

2013/2014

Téma BP:

Komunikační plán firmy zdravá výživa Kopretina

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	8
2	Splnění cílů práce	8
3	Teoretická část práce	8
4	Praktická část práce (analytická část)	8
5	Praktická část práce (řešící část)	8
6	Formální úroveň práce	8
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		48

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:

Autorka se ve své bakalářské práci věnuje problematice komunikačního plánu vybrané společnosti. Na základě analýzy současného stavu a dotazníkového šetření navrhla komunikační plán a nástroje měření efektivity vybraných komunikačních prostředků. Cíl práce byl splněn.

V teoretické části popsala autorka problematiku marketingové komunikace. Věnovala se problematice komunikačního plánu a marketingovému výzkumu. Doporučenou literaturu autorka vhodně kombinovala s dalšími zdroji a teoretickou část obsáhla po odborné stránce ve zcela dostačujícím rozsahu.

V praktické části autorka popsala zkoumanou společnost a provedla analýzu konkurence. Dále sestavila SWOT analýzu a stanovila cíle komunikačního plánu. Komunikační plán navrhla včetně vyčíslení nákladů na jednotlivé nástroje a časového harmonogramu a navrhla způsob měření efektivity jednotlivých komunikačních nástrojů. Autorka dále provedla dotazníkové šetření zaměřené na znalost prodejny a spokojenost zákazníků. Po stylistické a formální stránce je práce na dobré úrovni.

Otázky k obhajobě:


1. Autorka stanovila cíle komunikačního plánu na nárůst zisku o 5 % a zvýšení návštěvnosti o 20 %. Je to vzhledem ke zvoleným komunikačním nástrojům a harmonogramu dosažitelné? Jsou nástroje v souladu s cílovou skupinou zákazníků?
2. Doporučení směřují ke zvýšení počtu zákazníků v kategorii ženy 21 - 40 let. Proč se autorka zaměřuje právě na tuto skupinu a chce ji dále posilovat? Je to vhodné vzhledem k cílům plánu?
3. Autorka doporučuje nový produkt - bedýnky Kopretina. Jakým způsobem by realizovala jejich uvedení na trh?

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

Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.

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

Ve Zlíně dne: 14. 5. 2014



podpis hodnotitele BP