



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Monika Würzová

Oponent BP:

Ing. Kateřina Holíková

Ak. rok:

2013/2014

Téma BP:

Komunikační plán obchodní firmy Pavel Šoula – „PAM“

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	7
2	Splnění cílů práce	8
3	Teoretická část práce	8
4	Praktická část práce (analytická část)	7
5	Praktická část práce (řešící část)	7
6	Formální úroveň práce	8
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		45

Hodnocení jednotlivých kritérií:

0 bodů	nesplněno (odpovídá stupni „F“ podle ECTC)
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:

Bakalářská práce je věnována komunikačnímu plánu obchodní firmy Pavel Šoula – PAM. Teoretická část pojednává nejdříve o marketingové komunikaci, dále pak obsahuje teoretické poznatky k marketingovému výzkumu a situační analýze.

V praktické části studentka představuje společnost Pavel Šoula – PAM a poté navazuje na kapitoly obsažené v teoretické části, které aplikuje na sledovanou firmu. Pojednává zde o PEST analýze, Porterově pěti faktorové analýze konkurence a SWOT analýze. V neposlední řadě popisuje slečna Würzová návrh na komunikační plán. V závěru práce jsou obsaženy výsledky výzkumné sondy.

Cílem této práce bylo především sestavení komunikačního plánu obchodní firmy a tím zlepšit komunikaci se všemi zákazníky. Součástí bakalářské práce je také provedení výzkumné sondy. Výzkumem studentka zjišťovala míru spokojenosti a informovanosti stávajících zákazníků, k čemuž používala vytvořený dotazník, který je obsažen v příloze.

V bakalářské práci je použita celá řada přehledných a kvalitně zpracovaných grafů, které jasně a srozumitelně popisují výsledky dotazníkového šetření. Postrádám však tabulkové zpracování některých dat, která jsou nepřehledně popisována v textu, především u výčtu nákladů na jednotlivé formy reklamy.

Cíl práce byl však splněn na velmi dobré úrovni a i když se objevují nepatrné pravopisné nebo stylistické chyby, obecně považuji dokument za velmi zdařilý.

Otázky k obhajobě:

Z dokumentu není patrné, jaká je právní forma podnikání obchodní firmy Pavel Šoula – PAM. Upřesněte.

Na straně 49 uvádíte jako jednu z hrozeb pro společnost PAM „klimatické podmínky“, které později v textu spojujete se sezónním zbožím. Používá společnost před a po sezónní slevy? Pokud ne, doporučíte je? Odůvodněte.

V kapitole Zvolené nástroje, techniky, kanály a média nevěnujete pozornost reklamě v regionálních televizních ani rozhlasových kanálech. Uveďte důvod.

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.

Ve Zlíně dne: 14. května 2014



.....
podpis hodnotitele BP