



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Drábeček Josef

Oponent BP:

Ing. Růžena Vorlová

Ak. rok:

2013/2014

Téma BP:

Komunikační plán pro firmu Nábytkový servis

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	8
2	Splnění cílů práce	5
3	Teoretická část práce	3
4	Praktická část práce (analytická část)	5
5	Praktická část práce (řešící část)	5
6	Formální úroveň práce	6
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		32

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:

Teoretická část:

Rozsah použité literatury je dostačující, citační norma je respektována. Obsahově je ale teoretická část zmatečná, zejména co do uvádění informací o komunikačním mixu. Tato část obsahuje dva různé výklady tohoto mixu s obsahovými chybami a ani jeden z nich pak není v praktické části respektován. U teorie, týkající se marketingového výzkumu postrádám popis ankety, která je součástí práce, pak také např. metody vyhodnocení dat výzkumu. Kapitola 5.4 je nestrukturovaná a nesmyslně prolíná pojmy z komunikace, marketingového výzkumu a obecného marketingu (např. za sebou jsou řazeny pojmy: vizitky, databázový marketing, mystery shopping – str. 26). Kapitola 6 má nevhodný název „Doplnění“ a obsahuje pojmy, jejichž význam pro práci není upřesněn.

Praktická část:

V praktické části je dodržena struktura komunikačního plánu. Obsahově jsou ale jednotlivé kapitoly poněkud povrchní. Např. v kapitole 8.2 jsou pouze naznačena kritéria výběru konkurence a nejedná se o skutečnou analýzu. Anketa je do práce zařazena sice vhodně, týká se ale stanovení produktového portfolia firmy, nikoli komunikace se zákazníky. SWOT analýze nepředchází analýza předchozí, její obsah je tedy spíše na úrovni názorů a intuice studenta. Samotná analýza je ale provedena podrobně a pečlivě.

Student jako cílovou skupinu uvádí pouze zákazníky, což není v názvu ani jinde v práci předem specifikováno. Pokud by se mělo jednat o celistvý komunikační plán, měly by být v rámci komunikace zmíněni i např. dodavatelé, místní správa atd.

Navrhované nástroje jsou věcné a kreativní, nicméně jejich dělení nekoresponduje s částí teoretickou.

Časový plán i rozpočet jsou sestaveny věcně. Návrhy na měření efektivity nejsou zařazeny jako samostatná kapitola, i když se jedná o samostatný bod zadání, což ale nepovažuji za závažný nedostatek.

Stylistika práce je nejednotná (užívání trpného rodu i 1. osoby jednotného čísla), obsahuje i další drobné nedostatky (malá písmena u klíčových slov v angličtině, drobná chyba v řazení v seznamu literatury, ...).

Práce je spíše na nižší úrovni, v základních rysech ale odpovídá požadavkům na BP, takže **doporučuji k obhajobě**.

Otázky k obhajobě:

1. Jaké analýzy předcházely ve Vaší práci SWOT analýze – tzn. odkud pocházejí údaje v ní uvedené?
2. Jak vypadá komunikační mix, ze kterého jste v práci vycházel? Tzn. vysvětlete rozdíly v pojetí v kapitole 2, kapitole 5.3 a kapitole 12.


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: 5.5.2014



podpis hodnotitele BP