

Hodnocení oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta	Eva Mlčková
Studijní program	Mediální a komunikační studia
Obor studia/ateliér	Marketingové komunikace
Forma studia	prezenční/kombinovaná
Akademický rok	2009/2010
Název práce	Marketing stavební firmy
Vedoucí/oponent práce	Radek Hrachovec

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Aktuálnost a náročnost tématu	10	A
2 Zpracování tématu ve vztahu k rozsahu práce	10	A
3 Přístup ke konzultacím	15	
4 Samostatnost při zpracování	10	
5 Formulace cílů a hypotéz práce	15	A
6 Splnění cíle práce a ověření hypotéz	20	A
7 Metodologická kvalita postupu	20	B
8 Struktura a logika textu	25	B
9 Úroveň teoretické části práce	25	A
10 Adekvátnost použitých zdrojů	15	A
11 Práce se zdroji v textu	25	A
12 Úroveň analytické části práce	25	C
13 Úroveň projektové části práce	25	B
14 Využitelnost navrhovaných řešení	15	A
15 Inovativnost a kreativita zpracování	15	B
16 Jazyková úroveň práce	10	A
17 Formální úroveň práce	10	B
Celkové hodnocení	1,26	B

Práce je velmi dobře strukturovaná v teoretické části, ikdyž používá jen omezený počet relevantních zdrojů. Marketing stavebních firem prostě není příliš oblíbené téma. V praktické části vyzdvihují zpracování SWOT analýzy, která je určující pro zbytek práce. Studentka velmi správně komentuje nedostatečnou úroveň marketingových aktivit společnosti, které se nejvíce projevují v její webové prezentaci (jež v současné době není vůbec funkční). Nemohu vyjádřit souhlas s provedením marketingového průzkumu formou odeslání jednoduchého dotazníku na několik málo obchodních partnerů. Z takto provedeného šetření nelze zjistit nic podstatného, na což studentka upozorňuje a navrhuje jinou formu provedení výzkumu. Navržené řešení komunikace nepřináší nic nového v porovnání s ostatními stavebními firmami.

Otázky k obhajobě:

Vedoucí práce nemusí klást otázky, oponent položí alespoň 3 odborné otázky.

- 1) Může být za firemní vizi považováno prohlášení: orientujeme se na zákazníky a jejich potřeby? Uvedte příklad dobře zformulované, funkční vize.
- 2) Popište podrobně postup získání relevantní zpětné vazby od minulých, současných a potenciálních zákazníků/investorů.
- 3) Měla by se firma ve svých sponzoringových aktivitách věnovat pouze městu Zlínu, když působí téměř v celé republice? Zhodnoťte jejich zaměření ve vztahu k potenciálním investorům.

V

dne

.....
Podpis hodnotitele práce

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