



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Jitka Plšková

Oponent BP:

Ing. Petr Krenar

Ak. rok:

2011/2012

Téma BP:

Komunikační plán pro firmu Auto Viki a. s. v oblasti servisu

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	5
2	Splnění cílů práce	7
3	Teoretická část práce	7
4	Praktická část práce (analytická část)	5
5	Praktická část práce (řešící část)	8
6	Formální úroveň práce	8
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		40

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:

Cílem bakalářské práce je navržení a vypracování vhodného komunikačního plánu pro firmu Auto Viki a. s. zaměřené na efektivní propagaci v oblasti poskytování servisních služeb. Studentka prokázala, že je schopna uplatnit teoretické znalosti, které získala během bakalářského studia. Návaznost jednotlivých kapitol od úvodu po závěr je logická a čtenáři srozumitelná. V teoretické části práce autorka velmi dobře vysvětlila východiska týkající se řešené problematiky marketingových komunikací. Nicméně v kapitole 3.1 Analýza situace na trhu chybí uvedení vhodných primárních analytických metod týkající se vnitřního a vnějšího prostředí, na základě kterých až nyní může autorka použít SWOT analýzu jakožto syntézu poznatků k formulování závěrů. Použitá literatura je citována. V praktické části je hned po představení společnosti detailně popsána nabídka poskytovaných servisních služeb, jež má být předmětem zájmu navrhovaného komunikačního plánu. V případě kapitoly 6 - Dosavadní komunikační aktivity firmy studentka pouze zmapovala a popsala používané komunikační prostředky s uvedením částky, která byla v daném roce do jednotlivého nástroje investována. Jedná se ovšem o jednostranný pohled, ne však o hlubší analýzu těchto aktivit. Postrádám hledisko vyhodnocení jejich účinku právě u cílových skupin zákazníků (např. formou dotazníkového šetření), což velmi významně snižuje vypovídající schopnost daných zjištění. Na základě těchto poznatků pak byla sestavena SWOT analýza, jež dává prostor spíše pro spekulace a dohady, než k objektivnímu formulování adekvátních závěrů. Navzdory těmto nedostatkům významné pozitivum práce lze spatřovat v navrženém pojetí komunikačního plánu, zvláště množství nápadů, které by firma mohla pro svůj záměr využít. Formální úroveň práce a písemný projev autorky jsou na velmi dobré úrovni.

Otázky k obhajobě:

1. Uveďte 2 konkrétní příklady analýz vnitřního a vnějšího prostředí firmy.
2. Měla jste možnost své zlepšující návrhy předem konzultovat s vedením společnosti? Jaké byly jejich reakce?

Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.



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



Ve Zlíně dne: 15. května 2012



podpis hodnotitele BP