



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Andrea Ježíková

Oponent BP:

Ing. Petr Krenar

Ak. rok:

2011/2012

Téma BP:

Návrh na zefektivnění marketingové komunikace společnosti Thermacut, s. r. o.

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	6
2	Splnění cílů práce	6
3	Teoretická část práce	6
4	Praktická část práce (analytická část)	7
5	Praktická část práce (řešící část)	7
6	Formální úroveň práce	6
	CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)	38

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:

Cílem bakalářské práce je analýza komunikačních aktivit společnosti Thermacut, s. r. o., na základě jejichž poznatků jsou navržena opatření k zefektivnění marketingové komunikace. Návaznost jednotlivých kapitol od úvodu po závěr se jeví až na několik drobných výjimek logická a čtenáři srozumitelná, avšak doporučuji lépe definovat popisky hlavních kapitol, zvláště v praktické části práce. V teoretické části autorka velmi dobře nastínila základní východiska týkající se řešené problematiky. Nicméně v kapitole 4 Marketingová analýza chybí uvedení vhodných primárních analytických metod, jak postupovat při hodnocení vnitřního a vnějšího prostředí, jež jsou základním předpokladem pro použití SWOT analýzy jakožto syntézy poznatků k formulování adekvátních závěrů (v přehledu použité literatury chybí jakýkoliv zdroj vztahující se k marketingovému výzkumu). Taktéž v této části práce studentka opomněla zmínit kritéria a postup, jak měřit účinnost marketingové komunikace. Použitá literatura je citována. V praktické části, hned po představení společnosti (historie, produkty, organizační struktura) je zařazena podkapitola 5.5 Hlavní ekonomické ukazatele firmy, která je prezentována bez jakéhokoliv slovního komentáře. V dané formě se jedná o nevhodné umístění tří tabulek a tří grafů umístění, které se mají zařazené v přílohách práce. Stejněho prohřešku se studentka dopustila i kapitole 6.1 Rozpočet marketingové komunikace. V případě celé kapitoly 6 Marketingová komunikace, jež podrobně mapuje používané komunikační aktivity, se nejedná o hlubší analýzu těchto nástrojů, zvláště pokud jde o hledisko účinnosti vůči cílovým skupinám firmy. Postrádám provedení analýzy vnějšího okolí podniku. Na základě těchto neucelených poznatků pak byla sestavena SWOT analýza, jež nabízí pouhý výčet jednotlivých stránek bez bližších závěrů. Ty lze v určité formě nalézt v kapitole 9 Zhodnocení, návrhy a doporučení. Navzdory těmto nedostatkům pozitiva práce lze spatřovat v nastíněných opatřeních, která jsou vhodně členěna dle jednotlivých nástrojů propagačního mixu s uvedením několika nápadů, které by firma mohla pro zlepšení komunikace využít. Provedená nákladová analýza je vypracována ca. z poloviny, jelikož popisuje pouze rozpočet, ale chybí konkrétní metody pro jejich vyhodnocení (např. analýza bodu zvratu, analýza návratnosti investic apod.). Formální úroveň práce a písemný projev autorky jsou na dobré úrovni.

Otázky k obhajobě:

1. 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