



## Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:  
**Kateřina ČALOVÁ**

Vedoucí BP:  
**Ing. Růžena VORLOVÁ**

Ak. rok:  
**2012/2013**

Téma BP:

### Komunikační plán firmy Ranč v sedle

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	8
2	Splnění cílů práce	9
3	Teoretická část práce	6
4	Praktická část práce (analytická část)	8
5	Praktická část práce (řešící část)	10
6	Formální úroveň práce	8
<b>CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)</b>		<b>49</b>

#### Hodnocení jednotlivých kritérií:

0 bodů	<b>nesplněno</b> (odpovídá stupni „F“ podle ECTS)
1 – 2 body	<b>splněno pouze na úrovni základních požadavků</b> (odpovídá stupni „E“ podle ECTS)
3 – 4 body	<b>splněno s výraznějšími, ale ne kritickými nedostatky</b> (odpovídá stupni „D“ podle ECTS)
5 – 6 bodů	<b>splněno, nedostatky neovlivňují podstatně celou práci, zejména výsledky</b> (odpovídá stupni „C“ podle ECTS)
7 – 8 bodů	<b>splněno zcela bez výhrad</b> (odpovídá stupni „B“ podle ECTS)
9 – 10 bodů	<b>splněno nadstandardně</b> (odpovídá stupni „A“ podle ECTS)

## Připomínky k práci:

Teoretická část je citována dle normy s dostačujícím rozsahem zdrojů. Obsahuje ale velké procento přímých citací, čímž se stylisticky a kontinuálně tříští. Za ne příliš dostačující považuji kap. 2.3., řešící způsoby segmentace.

V praktické části studentka vhodně podložila návrhy komunikace PEST, SWOT analýzou a analýzou konkurence. Velmi kladně hodnotím i důraz na přiměřené náklady a tomu přizpůsobené návrhy vhodných aktivit. Vhodné je i dělení na společné a individuální komunikační nástroje. Naopak v této části postrádám podrobnější rozbor současných komunikačních aktivit firmy. Studentka je zmiňuje jen v kapitole 7.1. (str. 30) a mylně navíc uvádí, že jde o marketingové aktivity. Velmi často taktéž studentka kombinuje komunikační aktivity a cíle právě s marketingovými (včetně kapitoly závěrečných doporučení). Drobné výhrady mám ke stylistice práce a existenci několika úklepů.

Práce řeší netradiční oblast aktivit, které jsou velmi různorodé, a proto považuji za obtížné zpracovat komplexní a integrovaný plán komunikačních aktivit. Vzhledem k naprosté samostatnosti při zpracování (minimum zásahů a připomínek ze strany vedoucího) považuji práci za plně odpovídající požadavkům, kladeným na BP. Závěry jsou dle mého využitelné v praxi.

## Otázky k obhajobě:

1. Kdo a jak často spravuje kontakty a obsah prezentace na sociální síti FB?
2. Jakým způsobem nyní vnímá majitelka marketing a jeho aktivity (zejména komunikační)? Podařilo se Vám ji svou prací přesvědčit o nutnosti odbornějšího přístupu k jejímu podnikání a komunikaci se zákazníky?

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.

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

Ve Zlíně dne: 17. 5. 2013



-----  
podpis hodnotitele BP