



## Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Oponent BP:

Ak. rok:

Lucie Maňáková

Ing. Jarmila Barboříková

2012/2013

Téma BP:

**Marketingový průzkum návštěvnosti a zhodnocení komunikačních aktivit OC Centro Zlín**

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	7
2	Splnění cílů práce	5
3	Teoretická část práce	9
4	Praktická část práce (analytická část)	6
5	Praktická část práce (řešící část)	4
6	Formální úroveň práce	8
	<b>CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)</b>	<b>39</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:

V teoretické části prokázala autorka schopnost pracovat s relevantní literaturou a citačními normami. Rozpracování teoretického konceptu je adekvátní k jeho následnému využití v části praktické. Po stránce formální úpravy a jazykové kultury práce odpovídá standardům kladeným na odborné práce, v textu se vyskytují jen drobné gramatické chyby.

V dotazníkovém šetření doporučuji rozšířit vzorek oslovených respondentů. Důvodem je široká věková skupina (17-70 let). Otázky lépe formulovat a stylizovat. Autorka práce v kapitole věnované tomuto výzkumu uvádí: „ Ke konečnému vyhodnocení průzkumu byla použita internetová stránka vyplnto.cz, z důvodu větší přehlednosti, snazšího a rychlejšího zpracování výsledků a v neposlední řadě za účelem zjištění zajímavých souvislostí.“ Ve zdrojích není o portálu zmínka, u grafů je uvedeno „vlastní“. Okruhy otázek v dotazníku jsou v pořádku a výstupy srozumitelné.

Jako nedostatek praktické části vidím absenci finančního rámce již realizovaných marketingových aktivit. V práci také chybí informace o měřitelnosti marketingových a komunikačních cílů navržených autorkou, aby bylo možné vyhodnotit jejich efektivitu.

Návrhová část je občas nelogická. Autorka uvádí, že není nutné posilovat reklamu v rádiu a v tisku a následně navrhnou rozšíření reklamy do několika dalších rádií a tiskovin. Některé navrhované aktivity jsou často nekonkrétní, nerozpracované. Jiné jsou zcela v pořádku. Problém je opět chybějící rozpočet navrhovaných aktivit.

## Otázky k obhajobě:

V práci uvádíte marketingové cíle. Jak byste po realizaci navrhovaných aktivit vyhodnotila a změřila jejich efektivitu? Jak byste změřila a vyhodnotila komunikační cíle?

Jaký je rozpočet Vámi navržených aktivit? Srovnajte s rozpočtem minulých let a vyhodnoťte výsledky.

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: 14. 5. 2013

  
-----  
podpis hodnotitele BP