



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Kristýna Hrubčíková

Vedoucí/oponent BP:

Mgr. Irena Světlíková

Ak. rok:

2013/2014

Téma BP:

Návrh na zefektivnění komunikace se zákazníky B2B a koncovými uživateli B2C

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	6
2	Splnění cílů práce	5
3	Teoretická část práce	6
4	Praktická část práce (analytická část)	6
5	Praktická část práce (řešící část)	6
6	Formální úroveň práce	8
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		37

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:

Studentka předložila bakalářskou práci, jejíž náročnost lze hodnotit jako mírně nadprůměrnou. V úvodu studentce chybí definování cílů práce, postup řešení stručný, náznak metodiky řešení chybí. Z tohoto důvodu je obtížné hodnotit naplnění cílů práce. V teoretické části práce se dle názoru oponentky studentka celkem zbytečně zabývá otázkou managementu firmy, podrobně prostředím firmy a to na úkor vybudování kvalitního teoretického základu marketingové komunikace, která je obsahem její práce (5 stran věnovaných mkt. komunikaci opravdu není mnoho, navíc studentka v návrhové části doporučuje digitální komunikaci – Facebook, webové stránky atd., v teorii však tato část chybí) a která potom chybí v návrhové části. Podobně tomu je v praktické části, více jít do hloubky v oblasti analýzy komunikace a návrhů na její zefektivnění na úkor rozsáhlé situační analýzy by kvalitě práce jen prospělo. V návrhové části by větší konkretizace návrhů byla ku prospěchu kvality, to že firma má Facebook a že by měla na „tom zapracovat“ nestačí. Návrh optimalizace v sociálních sítích, konkrétně např. vytvoření skupiny a práce s fanoušky, SEO pro Facebook, reklama na Facebooku ale i zvážit nebezpečí skýtající toto médium – toto vše chybí. A vytvářet výše uvedené aktivity za Kč 500,- měsíčně, zde se jedná zřejmě o nepochopení reality. Podobně na str. 57 tvorba web stránek. Chybí základ návrhu – odpověď na otázku jak? Konkrétně návrh tvorby obsahu (copywriting, optimalizace pro vyhledávače SEO, budování zpětných odkazů, reklama – např. návrh landing page, plošné reklamy, PPC reklama atd., atd., možností se nabízela řada). To by ovšem vyžadovalo i změnu literatury, místo Usuniera (který je v tomto případě trochu mimo) zvolit jako základ např. Janouchův Internetový marketing nebo Sternův Měříme a optimalizujeme marketing na sociálních sítích. Úprava práce je dobrá, celkový dojem však kazí nadpisy na konci stránek (str. 34,46,51).

Otázky k obhajobě:

1. Uveďte jednou větou, jaké jsou ve Vašem návrhu hlavní komunikační cíle firmy.
2. Prezentujte komisi upřesnění návrh na to, jak by firma měla efektivně z pohledu její komunikace využívat Facebook z pohledu vytvoření skupiny a práce s fanoušky.
3. Uveďte alespoň v bodech, jak by měla firma postupovat v optimalizaci svých webových stránek a jaký bude z pohledu internetového marketingu nejen jejich obsah, ale jak budou z pohledu vyhledávání optimalizovány.

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: 6.5.2014



podpis hodnotitele BP