



## Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Vedoucí BP:

Ak. rok:

**Petra GALOVÁ**

**Ing. Aneta Spisarová**

**2013/2014**

Téma BP:

**Komunikační plán firmy RAMAGE s.r.o. zaměřený na biorezonanční terapii**

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	8
2	Splnění cílů práce	9
3	Teoretická část práce	8
4	Praktická část práce (analytická část)	8
5	Praktická část práce (řešící část)	9
6	Formální úroveň práce	8
<b>CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)</b>		<b>50</b>

### Hodnocení jednotlivých kritérií:

0 bodů	<b>nesplněno</b> (odpovídá stupni „F“ podle ECTC)
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:

Bakalářská práce je zpracována přehledně a dle předepsané osnovy. Cílem bakalářské práce bylo zpracování komunikačního plánu pro společnost RAMAGE s.r.o.

V teoretické části práce nás autorka seznámila s procesem, cíli a nástroji marketingové komunikace, segmentací trhu, situační analýzou apod. Tato teoretická východiska pak vhodně aplikovala v praktické části.

V analytické části kladně hodnotím analýzu přímé i nepřímé konkurence a PEST analýzu. Kladně rovněž hodnotím analýzu stávající marketingové komunikace. Návrhy nové marketingové komunikace nejsou vzhledem k velikosti a postavení firmy na trhu příliš finančně náročné. Autorka rovněž navrhla nové logo společnosti.

Tuto bakalářskou práci hodnotím jako velmi přínosnou pro danou firmu. Práce obsahuje mnoho užitečných návrhů a rad na zlepšení marketingové komunikace firmy, bez velké finanční náročnosti. Vzhledem k tomu, že v současné době firma marketingové nástroje příliš nevyužívala, doporučuji se nad obsahem práce zamyslet.

## Otázky k obhajobě:

1. Má firma svou databázi potencionálních klientů? Pokud ne nebo malou, jak by se dala tato databáze klientů rozšířit?
2. Jaká hlavní úskalí může mít navrhovaný nástroj marketingové komunikace „Sezení s klienty“?
3. Který z uvedených nástrojů marketingové komunikace považujete za nejdůležitější?

BP byla podrobena kontrole ke zjištění původnosti práce v IS STAG/Portál. Na základě výsledků této kontroly bylo zjištěno, že BP je/není plagiát.


Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.



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



Ve Zlíně dne: 6. května 2014

  
-----  
podpis hodnotitele BP