



Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

Inna Gosha

Vedoucí BP:

Ing. Miroslav Procházka

Ak. rok:

2014/2015

Téma BP:

Identifikace cílových skupin firmy XY, s.r.o. a komunikace s nimi

| Kritéria hodnocení: | | Počet bodů (0 – 10) |
|--|---|---------------------|
| 1 | Náročnost tématu práce | 5 |
| 2 | Splnění cílů práce | 3 |
| 3 | Teoretická část práce | 5 |
| 4 | Praktická část práce (analytická část) | 4 |
| 5 | Praktická část práce (řešící část) | 3 |
| 6 | Formální úroveň práce | 4 |
| CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60) | | 24 |

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:

Téma je v souladu se studovaným oborem. Práce vychází z dostatečného počtu literárních zdrojů. Teoretické poznatky jsou využity v praktické části. Autorka věnuje velký prostor v praktické části práce popisu a historii firmy. Následuje PEST analýza, analýza konkurence a SWOT analýza. Segmentace dle výrobního portfolia je vytvořena pouze u jednoho odběratele. Praktická část věnovaná marketingové komunikaci je velmi krátká. V analýze marketingové komunikace pro některé popsání zjištění chybí důkaz (např. tvrzení, že firma ve Zlínském kraji je dobře známa). U B2C není jasné, proč firma nabízí konečnému zákazníkovi možnost zvolit si vlastní značku. Návrhová část práce působí neuspořádaně, návrhy nejsou zpracovány pečlivě a chybí jim komplexní návrh řešení zajištění. Některé návrhy působí vytržené z kontextu a nejsou ekonomicky zdůvodněné (např. více investovat finančních prostředků do reklamy). U některých návrhů chybí vyjádření předpokládaných ekonomických nákladů a u všech očekávaný ekonomický přínos pro firmu.

V práci jsou překlepy a některé pasáže textu v práci postrádají logickou vazbu. Některé slovní obraty nejsou vhodné pro vědeckou práci.

Otázky k obhajobě:

- 1) Proč si myslíte, že firma musí dodávat do velkého řetězce, aby se udržela na trhu?
- 2) Proč k určení nejvýznamnější cílové skupiny používáte roční obrat, resp. největší objem zakázek v nejvyšší hodnotě? Je roční obrat vypovídající ukazatel nejlepšího odběratele?
- 3) Na základě jakého zjištění uvádíte, že podvědomí o firmě ve Zlínském kraji je dobré?
- 4) Jaký je vývoj rozpočtu, pokud jej znáte, na marketing v analyzované firmě?
V případě, že jej znáte, myslíte si, že jsou finanční prostředky v současné době využívány ve firmě efektivně?
- 5) Uvádíte v návrhu, že firma má věnovat více peněz do reklamy? Na základě čeho se tak domníváte a jaké druhy reklamy doporučujete zvolit?
- 6) Jaký očekáváte ekonomický přínos pro firmu, pokud by realizovala Vaše návrhy?

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

Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.



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



Ve Zlíně dne: 19. května 2015



podpis hodnotitele BP