



## Posudek bakalářské práce

Jméno studenta:

**Monika Půčková**

Vedoucí/oponent BP:

**Mgr. Kateřina Gahurová**

Ak. rok:

**2015/2016**

Téma BP:

**Veletrh FOR ARCH - nástroj marketingové komunikace firmy ELKO EP, s. r. o.**

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	8
2	Splnění cílů práce	9
3	Teoretická část práce	9
4	Praktická část práce (analytická část)	8
5	Praktická část práce (řešící část)	9
6	Formální úroveň práce	9
<b>CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)</b>		<b>52</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:**

Práci slečny Půčkové hodnotím jako přínosnou pro zlepšení procesů při realizace veletrhu a podpoření hlubší corporate identity našich zaměstnanců.

Veletrh For Arch je klíčový nástroj k podpoře budování značky iNELS a zacílení na potencionální zákazníky ze segmentu B2C.

Shoduji se s jejím názorem na sladění a inovací dress code a doplnění vhodných propagačních materiálů a předmětů. Řada jejich návrhu bude již součástí letošního veletrhu.

Jako drobný nedostatek uvádím, že postrádáme orientační konkrétní cenové nabídky k navrhovaným změnám.

Nicméně vzhledem k tomu, že její návrhy odpovídají směru image naší produktové skupiny iNELS, bude ji umožněno své výstupy z této práce prezentovat vedení obchodnímu týmu iNELS a při samotné realizaci změn bude aktivně zapojena.

Jako výstup z této práce bychom rádi navázali spolupráci při zjištění zpětné vazby ze strany zákazníka.

Práce je směřovaná na konkrétní veletrh, ale její výstupy jsou z hlediska corporate identity a corporate designu využitelná i pro ostatní kampaně a veletrhy realizované naší společností.

**Otázky k obhajobě:**

- 1) *Proč ELKO EP cílí zrovna na tento veletrh a v čem vidíte hlavní přínos při volbě tohoto druhu marketingové komunikace?*
- 2) *Dělá společnost ELKO EP hodnocení tohoto veletrhu a jaké nástroje při tom využívá?*

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

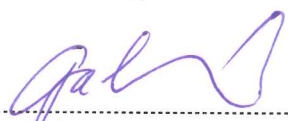
Práce splňuje kritéria pro obhajobu BP.



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



Ve Zlíně dne: 17.5.2016

  
-----  
podpis hodnotitele BP