

# POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Linda Vančurová

Název práce: Marketingová komunikace společnosti HISPORT, s.r.o.

Cíl práce: Analýza a zhodnocení marketingové komunikace vybrané společnosti a zlepšovací návrh

Jméno oponenta: Mgr. Jan Procházka

Zaměstnavatel a funkce oponenta (pokud není zaměstnancem UK FTVS):

## Celková náročnost tématu na:

Podprůměrná

**Průměrná**

Nadprůměrná

## Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Stupeň splnění cíle práce	Velmi dobře
Logická stavba práce	Výborně
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	Velmi dobře
Hloubka tématické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Velmi dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Velmi dobře
Stylistická úroveň, jazyk	Velmi dobře

## Praktická/teoretická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

**Průměrná**

Nadprůměrná.

## Hodnocení práce:

Práce se zdá být relativně vyvážená a dobře provedená. Práce má zhruba 60 stran čistého textu, je dobře členěná.

Přesto kapitoly 5 a 6 mohly být provedeny trochu jinak a 5 mohla být delší. Je otázkou například, zda finanční možnosti mají být pouze v kapitole 6 nebo hlavně v kapitole 5.

Autorce někdy chybí využití možnosti vložit komentář nebo vlastní názor.

Formát seznamu zdrojů není jednotný.

Část metodologie, a tudíž i práce, mohla být doplněna i o některé další metody, což by práci sice natáhlo, ale patrně i zkvalitnilo.

Návrh komunikace v práci je směřován na rok 2013, což možná není odpovídající fakt, že práce je obhajována téměř v polovině toho samého roku, a kdy již jsou plány na komunikaci ve firmě jistě hotovy. Návrh tak mohl být na delší časové období nebo například na pozdější rok.

Jinak samotný návrh je celkem dobře provedený a detailní.

Závěr mohl být delší.

## Připomínky:

„marketingu- prodej“ Pomlčka by měla být s mezerami na obou stranách (s. 12). Práce obsahuje i další drobné překlepy, tento se objevuje systematicky. Dalším příkladem překlepu je „marchendising“ na

s. 21. Dále je více překlepů například na stranách 28-31. Dalším velmi úsměvným překlepem jsou „přístroje, které stimulují vysokohorské prostředí.“ (s. 37)

Na s. 13 je použita zkratka ICM bez předchozího vysvětlení.

Klíčové trendy v integrované komunikaci (s. 13-14) šly také okomentovat.

Na s. 14 chybí logická návaznost mezi druhým a třetím odstavcem. Navíc navazující vyjmenování kroků nemá viditelný odkaz, ač jistě není jen z autorčiny hlavy.

„Nebo informovat zákazníky také o nedostatku produktu.“ (s. 15) Nejedná se o větu.

Tabulka na s. 16 by měla být okomentována. Takto jenom vložená ztrácí smysl a není jasné, proč se v práci nachází.

Stejně tak části 3.4.3 (s. 20) by slušel nějaký autorčin komentář.

Pradhan (s.21) není řádně s odkazem.

Odkaz u obr. 1 (s. 39) a obr. 2 (s. 40), obr 3 (s. 41) není uvedený v seznamu zdrojů. Podobně je tomu u obr 4 (s. 43), tabulka č. 2 a obr. č. 5 (s. 44) a dále.

Některé informace (např. počet letáků, s. 39) by měly být také s odkazem. Podobně je tomu vícekrát na s. 49, ale i jinde.

### **Otázky k obhajobě:**

### **Práce je doporučena k obhajobě.**

### **Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře**

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu k diplomantovi.

V Praze dne 30.4.2013

Podpis

.....

Jméno