

POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Alice Vařechová

Název práce: Marketingová komunikace taneční školy Luas Dancing School

Cíl práce: Navrhnutí nové marketingové komunikace taneční školy „Luas Dancing School“.

Celková náročnost práce:

Podprůměrné

Průměrné

Nadprůměrné

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

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

Praktická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

Hodnocení:

- Stupeň splnění cíle práce – předložená bakalářská práce splňuje stanovený cíl. Svým rozsahem však je spíše průměrná i díky malému rozsahu prakticky využití marketingové komunikace. Nicméně celkově práce splňuje nároky na bakalářskou práci.
- Samostatnost při zpracování tématu – studentka pracovala samostatně, svědomitě, pravidelně konzultovala s vedoucím práce.
- Logická stavba práce – Struktura práce je jasná a logická vzhledem ke zvolenému tématu. Nicméně celkový rozsah práce se pohybuje na spodní hranici pro bakalářskou práci a to i z důvodu zvoleného subjektu taneční školy. Ta nepoužívá natolik rozsáhlou marketingovou komunikaci, čímž trpí i rozsah uvedených návrhů.
- Práce s literaturou – Teoretická část je zpracována v obecné rovině, zahrnující základní informace o marketingové komunikaci a jejích nástrojích. Měla by zahrnovat více problematiku orientovanou na sport, tanec a na poslední aktuální trendy, výzkumy, apod. Studentka správně formálně i věcně cituje, doplňuje vlastní komentář.
- Adekvátnost použitých metod – použité metody jsou vhodné a adekvátní, správně aplikované. Nicméně jsou standardní a průměrné pro tento typ práce a tématu.
- Hloubka tematické analýzy – jednotlivé části „praktické“ části práce jsou zpracovány pečlivě a dostatečně konkrétně. Nicméně i vzhledem ke zvolenému subjektu jsou provedené analýzy i návrhy stručné a nikterak rozsáhlé, aby se dalo hovořit o komplexním plánu marketingové komunikace. Avšak i to málo, co z marketingové komunikace taneční škola používá a co studentka navrhuje, je zpracováno adekvátně detailně a podrobně.
- Úprava práce – v práci se vyskytují občasné nedostatky ve formě překlepů, pravopisných chyb, apod. Vše viz níže připomínky.
- Stylistická úroveň – stylistická úroveň textu je v pořádku. Drobný nedostatek vidím v použití podmiňovacího způsobu v uvedených návrzích.

Připomínky:

Str. 11 – chybí ukončující uvozovky u přímé citace – „V marketingovém mixu se s ní setkáváme ...“

Při odkazování na zdroj citace se index uvádí u autora, pokud je použito jeho příjmení v textu.

Str. 14 – nesprávné skloňování – „Při komunikaci vznikají šumy, které jsou způsobeny špatnou koncentrací, ...“

Str. 17 – nesprávné skloňování – „... tvořena slovy. Ty můžou ...“

Str. 19 – překlep – „...firmy často požívá propagační mix ...“

Str. 20 – nesprávné skloňování – „Pokud zvolíme správné médium, není ani tak peněžně nákladný.“

Str. 24 – pozor na používání správných a odborných výrazů – „nevýdělečná“

Str. 25 – pravopisná chyba – „přímí marketing“

Str. 26 – úprava textu – odsazený poslední řádek odstavce

Str. 36 – pravopisná chyba – „Stránky jsou pravidelně aktualizované, aby tak vyskakovali na ...“

Závěr by měl obsahovat více shrnutí nejdůležitější výsledků, konkrétních.

V elektronické verzi práce chybí číslování stránek.

Seznam literatury obsahuje drobné nedostatky ve formátu uvedeného zdroje č. 21 a 22.

Otázky k obhajobě:

1. Jaký je stav realizace navrženého plánu marketingové komunikace?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře – dobře v závislosti na průběhu obhajoby.

V Praze dne 9.9.2016

.....
Mgr. Josef Voráček