

Posudek vedoucího bakalářské práce

| | |
|--|---|
| Jméno a příjmení studenta | Pavla HONYSZOVÁ |
| Název práce | Marketingová komunikace vybraného podniku |
| Název a typ studijního programu | Ekonomika a management / Bakalářský |
| Fakulta / katedra | Ekonomická fakulta / KOD |
| Vedoucí práce | Šalamoun Jan, Ing. |
| Autor posudku | Ing. Jan Salamoun |

Posudek závěrečné práce

1. Logická struktura práce 2.0
2. Naplnění cíle práce 1.0
3. Metodický postup 3.0

Poznámka:Cílem práce by neměla být analýza. V dotazníku by měla být uvedena formulace pro online a osobní dotazování, díky které by nedošlo ke zkreslení získaných dat od stejných respondentů.

4. Hodnocení teoretického a/nebo praktického přínosu práce 2.5

Poznámka:V teoretické části jsou některé nástroje Marketingové komunikace až příliš podrobně popisovány, ale dále se s nimi autorka již nezabývá.

5. Práce s literaturou 1.0
6. Formální stránka 1.5

Poznámka:V textu se objevují drobné nedostatky, která však nemají velký vliv na celkovou hodnotu práce.

7. Vlastní přínos studenta k řešené problematice 2.0

Poznámka:Přínosů uvádí studentka celou řadu, ovšem chybí zde nějaký rozpočet či kalkulace prostředků vložených a následně získaných. To však by bylo již příliš, proto doporučuji uvádět takové návrhy na zlepšení, které lze objektivně popsat.

8. Kontrola plagiátorství (výsledek) **negativní**

Závěr

Hodnocení práce (známka): **velmi dobře**

Doporučuji práci k obhajobě: **ANO**

Otázky pro diskusi a poznámky

Kritické poznámky a celkový přínos, celková hodnota práce

Studentka v metodickém postupu uvádí, že provedla sběr dat prostřednictvím online metody a face to face. V dotazníku, který je přílohou práce, není uvedena filtrační otázka nebo formulace pro ty respondenty, kteří již daný dotazník vyplnili, aby dále nevyplňovali. Tato skutečnost může zkreslit získaná data. Jinak je práce dosti rozsáhlá, ale vzhledem k názvu to do určité míry odpovídá.

Otázky nebo témata pro diskusi před komisí

V kapitole 5 Zhodnocení marketingové komunikace uvádíte, že v rámci osobního dotazování odpovídali "skuteční zákazníci společnosti". Kdo tedy odpovídal v rámci online dotazování?

Datum: 20.05.2020

Podpis vedoucího práce