

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2016/2017

Jméno studenta: Monika Walterová
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Komunikační plán vybraného podniku

Hodnotitel – oponent: Michal Mičík
Podnik – firma: KMO FEK ZČU

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (rešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Přístup autora k řešení problematiky práce
- O) Celkový dojem z práce

	1	2	3	4	N
A	☒	☐	☐	☐	☐
B	☒	☐	☐	☐	☐
C	☐	☒	☐	☐	☐
D	☒	☐	☐	☐	☐
E	☐	☒	☐	☐	☐
F	☐	☐	☒	☐	☐
G	☐	☒	☐	☐	☐
H	☐	☒	☐	☐	☐
I	☐	☐	☒	☐	☐
J	☐	☒	☐	☐	☐
K	☒	☐	☐	☐	☐
L	☒	☐	☐	☐	☐
M	☒	☐	☐	☐	☐
N	☒	☐	☐	☐	☐
O	☐	☒	☐	☐	☐

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Studentka v úvodu své práce formuluje cíl, následuje teorie marketingové komunikace. Obr. 7 na straně 18 není matice SWOT, jak píše studentka, ale matice TOWS. V kapitole 2.3 a 2.4 je při existenci velkého množství zdrojů na dané téma až přehnaně využíváno zdroje [24], využito mělo být také více zahraniční literatury. Většina seznamů odrážek v práci je ve špatném formátu (např. str. 17, 18, 19, 20...). Velmi solidně je zpracována kapitola 4.1. Podkapitola 4.2.1.3 patří do kapitoly Konkurence v odvětví, ne do kapitoly Potenciální nová konkurence. V kapitole 4.2.3 by měla studentka v rámci analýzy mezoprostředí analyzovat vyjednávací sílu zákazníků, omezila se však pouze na popis zákazníků. Oceňují zpracovanou matici SWOT na str. 67 a výsledné strategie TOWS, autorka však měla vybrat strategii, která by nejlépe odpovídala situaci agentury. Velmi dobře jsou zpracované i matice IFE, EFE a IE. Na základě výsledků matice IE doporučuje autorka agentuře využít agresivní strategii, tuto myšlenku však dále nerozvíjí. Výsledky dotazníkového šetření jsou přehledně zpracované. Autorka tvrdí, že cíle na str. 89 jsou stanoveny tak, aby dodržovaly pravidlo smart - dílčí cíl 2 však není dostatečně specifický. Vytvořený komunikační plán má reálný potenciál aplikace ve firmě. Velké množství zdrojů (např. [56], [62], [69], neodpovídá odkazu v textu (pomíchané zdroje?),

zdroje [72] a [73] jsou uvedeny v seznamu literatury, avšak není na ně odkázáno v textu práce. V seznamu literatury studentka občas píše jméno autorka velkými písmeny, někdy malými písmeny, zdroj [14] není uveden celý.

V předložené práci autorka navrhla komunikační plán vycházející z kvalitně provedených dílčích analýz trhu, čímž splnila cíl práce. S přihlédnutím ke všem kritériím hodnocení navrhuji práci hodnotit jako "velmi dobrou".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Popište komplexní produkt agentury FUTURA AM.

Jaká strategie je podle Vašeho názoru nejvhodnější pro agenturu FUTURA AM?

Na str. 74 na základě výsledků píšete, že by firma měla využít agresivní strategii. Rozved'te tuto myšlenku.

V Plzni, dne 22.5.2017

Podpis hodnotitele 

Metodické poznámky:

¹ Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

² Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

³ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz www.fek.zcu.cz). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).