

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno a příjmení diplomanta: **Zodl Miloš**

Název diplomové práce: **Marketingová komunikace na vybraném trhu**

Volba tématu:	<ol style="list-style-type: none">1. Aktuální, málo frekventované téma práce2. Aktuální, časté téma práce3. Neaktuální téma práce4. Nevhodně zvolené téma
Cíl práce a jeho naplnění:	<ol style="list-style-type: none">1. Vhodně zvolený cíl, který byl naplněn2. Vhodně zvolený cíl, který byl částečně naplněn3. Vhodně zvolený cíl, který nebyl naplněn4. Nevhodně zvolený cíl
Struktura práce:	<ol style="list-style-type: none">1. Pro dané téma velmi vhodná2. Pro dané téma částečně vhodná3. Pro dané téma nevhodná
Práce s literaturou:	<ol style="list-style-type: none">1. Vynikající, použity dosud neběžné prameny2. Velmi dobrá, použity nejnovější dostupné prameny3. Dobrá, použity běžně dostupné prameny4. Slabá, použity zastaralé prameny5. Nevyhovující – použito málo zastaralé literatury
Vybavení práce tabulkami, grafy, přílohami:	<ol style="list-style-type: none">1. Výborné2. Velmi dobré, funkční3. Dobré – jen částečně odpovídá nutnému doplnění textu4. Nedostačující
Přínosy DP:	<ol style="list-style-type: none">1. Originální, inspirativní názory2. Ne zcela běžné názory, které jsou inspirativní3. Málo vlastních názorů nebo nedostatečně argumentačně podložené4. Vlastní názor chybí
Uplatnění DP v praxi a ve výuce:	<ol style="list-style-type: none">1. Práci lze výborně uplatnit v praxi2. Práci lze částečně uplatnit v praxi3. Práci lze výborně uplatnit ve výuce nebo výzkumu4. Práci lze částečně uplatnit ve výuce nebo výzkumu3. Práce nelze v podstatě využít ani v praxi, při výuce nebo výzkumu
Grafická stránka:	<ol style="list-style-type: none">1. Výborná2. Velmi dobrá3. Dobrá4. Nevyhovující

Jazyková stránka	1.	Stylistika:	a) Výborná b) Dobrá c) Nevyhovující
	2.	Gramatika:	a) Výborná b) Dobrá c) Nevyhovující
Zásadní připomínky k DP:	1.	nemám	
	2.	mám tyto:	

Další hodnocení:

Diplomant v práci zhodnotil vlastní znalosti problematiky prodeje automobilů. Návrh komunikační strategie je reálně využitelný pro zkoumaný subjekt.

Práce splňuje základní požadavky kladené na tento typ prací a proto ji doporučuji k ústní obhajobě:

1. **ano**
2. ne

Navrhovaná klasifikace:	1.	výborně
	2.	výborně nebo velmi dobře dle ústní obhajoby
	3.	velmi dobře
	4.	velmi dobře nebo dobře dle ústní obhajoby
	5.	dobře
	6.	dobře nebo nevyhověl dle ústní obhajoby
	7.	nevyhověl

Otázky k ústní obhajobě práce:

1. Které nástroje marketingové komunikace v komunikační strategii firmy Autotrade s.r.o mají rozvojový charakter do budoucna?

2. Má firma Autotrade, s.r.o zpracovanou krizovou komunikaci?

Datum: 11. 7. 2006

Podpis vedoucího DP

