

Posudek oponenta diplomové práce

Název diplomové práce:

Optimalizace nástrojů marketingové komunikace společnosti SKF CZ, a.s.

Autor diplomové práce:

Bc. Cecílie Zastoupilová

Cíl diplomové práce:

Primárním cílem je popsat a vyhodnotit efektivitu jednotlivých používaných marketingových komunikačních nástrojů společnosti SKF CZ, a.s. Sekundárním cílem je pak na základě tohoto hodnocení optimalizovat využívané komunikační nástroje a alokaci zdrojů na tyto nástroje pro zajištění vyšší celkové efektivity investic společnosti do marketingu.

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE	
Kritéria hodnocení (každé max 10 bodů)	Přidělené body
1. Vymezení cíle a jeho naplnění	10
2. Adekvátnost použitých metod, způsob jejich použití	10
3. Náročnost tématu na získávání dalších znalostí či dovedností	9
4. Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům)	10
5. Práce s informačními zdroji a jejich citace	9
6. Logická stavba a členění práce	10
7. Jazyková a terminologická úroveň	6
8. Formální úprava a náležitosti práce, rozsah	9
9. Vlastní přínos k řešené problematice	10
10. Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	10
Celkové bodové hodnocení (max 100 bodů)	93
Výsledná známka	výborně (1)

Celkové zhodnocení práce a otázky k obhajobě:

V první řadě je nutno ocenit snahu autorky o zpracování práce tak, aby měla praktický dopad pro firmu, s níž se rozhodla spojit začátek své profesní kariéry. Práce obsahuje prvek, který by podle mého názoru měla obsahovat každá závěrečný studentská práce: argumentační snahu změnit současnou situaci ve firmě, opřenou jak o teoretické znalosti získané během studia tak o znalosti nabyté výzkumem trhu a v neposlední řadě osobní zkušenosti. Autorka měla ambici vytvořit práci užitečnou a této snaze dostála.

Teoretickou část práce hodnotím dobře. Její obsah je stručný a jasný. Specifikace "typů zákazníků v B2B a nákupní proces na těchto trzích" byla zjevně činná s reflexí zkušenosti autorky z reálného prostředí firmy. Positivně hodnotím snahu kolegyně vysvětlit resp. přeložit použitou anglickou terminologii. Je na škodu, že v této snaze není zcela konzistentní. Vadou na kráse této diplomové práce je několik gramatických chyb a občasná slohová neduživost. Věci, které zbytečně unikly korektuře.

Diplomovou práci doporučuji k obhajobě a jako doplňující otázky předkládám tyto:

- 1) Autorka považuje online marketing za jeden z neefektivnějších nástrojů marketingové komunikace pro společnost SKF CZ. Jak by tento nástroj ve firmě rozvíjela v budoucnosti? Jaké konkrétní aktivity by zvolila? Jak by o významu investice do tohoto nástroje přesvědčila kolegy s vlivem na rozpočet?
- 2) Jaké prvky typické pro B2B komunikaci by mohly obohatit komunikaci v prostředí B2C? Jaké opačně? Proč?

Jméno oponenta diplomové práce:

Ing. Miloslav Hloušek

Pracoviště oponenta diplomové práce:

SKF CZ, a.s., U Měšťanského pivovaru 7, Praha 7,

Čestně prohlašuji, že nejsem ve spřízněném vztahu k autorovi diplomové práce.