

Studijní program
Ekonomika a management

Studijní obor
Management

Akademický rok
2017/2018

Název práce

Marketingová komunikace v zubních ordinacích

Řešitel

Bc. Eliška Burešová

Vedoucí

Ing. Peter Pažitný, MSc., Ph.D.

Oponent

Mgr. Ing. Martin Luštický, Ph.D.

Hodnocení práce

Vymezení cíle a jeho naplnění	1
Logická stavba a členění práce	1
Práce s literaturou, citace, syntéza zdrojů, přehled o dosavadním stavu bádání v dané oblasti	1
Adekvátnost použitých metod, jejich argumentace a způsob použití	1
Hloubka a správnost provedené analýzy (ve vztahu k cílům), její teoretické a konceptuální ukotvení	1
Vlastní přínos studenta	1
Využitelnost výsledků práce v praxi/teorii	1
Formální úprava a náležitosti práce (soulad s šablonou kvalifikační práce), rozsah práce	1
Jazyková a terminologická úroveň práce	1

Poznámka: Výsledná známka nemusí být aritmetickým průměrem jednotlivých hodnocení.

Slovní hodnocení o rozsahu alespoň 200 slov

Predložená diplomová práca naplnila ciele stanovené v zadaní. Autorka sa zamerala na problematiku účinnosti marketingovej komunikácie v zubnej ordinácii. Ciele práce sú operacionalizované cez 3 výskumné otázky. Diplomová práca je rozdelená na 7 častí.

V prvej časti autorka rozoberá marketing a marketingový mix, konkrétne 7P (produkt, cena, komunikácia, distribúcia + materiálne prostredie, ľudia, procesy). V druhej časti sa venuje marketingovému komunikačnému mixu (reklama, podpora predaja, PR, osobný predaj, priamy marketing, WoM). Obidve teoretické časti sú vynikajúco spracované, je jasne hmatateľná intenzívna práca autorky s odbornou literatúrou. Tretia časť popisuje metodiku, v ktorej autorka vysvetľuje použitie kombinovaného prístupu – kvantitatívnych a kvalitatívnych metód. Obzvlášť vyzdvihujem kvantitatívnu časť, v ktorej autorka zozbierala dostatočné množstvo vyplnených dotazníkov od klientov (207), ktoré následne vyhodnocuje cez kontingenčné tabuľky a štatisticky vyhodnocuje veľké množstvo jednotlivých hypotéz (str. 49 – 50).

Kapitola 4 predstavuje analyzované zubné stredisko.

Kapitola 5 je zameraná na prezentáciu a interpretáciu dát. Autorka celkovo za 8 mesiacov nazbierala 226 dotazníkov, z ktorých vyhodnocovala 207. Vysoko oceňujem podrobné údaje o nákladoch na marketingovú komunikáciu podľa jednotlivých komunikačných kanálov (Tab 1 až Tab 4). Obzvlášť vyzdvihujem originálne riešenie pri ocenení nákladov na ústne šírenú reklamu (Tab 5 na str. 72).

Štatistické vyhodnotenie hypotéz výrazne podčiarkuje relevantnosť výskumu.

Šiesta kapitola plasticky diskutuje získané výsledky, predstavuje zlepšenia a návrhy v marketingovej komunikácii zubného strediska a odpovedá na všetky 3 výskumné otázky.

Siedma kapitola veľmi jasne a zrozumiteľne sumarizuje odpovede na všetky tri výskumné otázky (vrátane prínosu diplomovej práce) čím považujem ciele diplomovej práce za splnené na výbornú.

Práca je po formálnej stránke spracovaná výborne a všetky závery sú prehľadné, pochopiteľné a zrozumiteľné.

Otázky k obhajobe (1–2 otázky)

Ak by ste mohli rozhodnúť o budúcoročnom rozpočte na marketingovú komunikáciu v danom zubnom stredisku, aká by bola jeho ročná výška?

Na ktoré marketingové aktivity by ste budúcoročný rozpočet prioritne nasmerovali?

Koľko finančných zdrojov z budúcoročného rozpočtu by ste priradila jednotlivým marketingovým aktivitám?

Doporučené hodnocení

Práci **doporučuji** k obhajobě a navrhuji hodnocení **1**.

Datum
18. 6. 2018

Podpis
Ing. Peter Pažitný, MSc., Ph.D.