

POSUDEK OPONENTA BAKALAŘSKÉ PRÁCE

Jméno: Anna Šuranská

Název práce: Marketingová komunikace fitness World Class

Cíl práce: Zhodnocení současné situace marketingové komunikace a návrhy na zlepšení

Jméno oponenta: RNDr.Bohumír Štědroň,CSc.

Celková náročnost tématu na:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Stupeň splnění cíle práce	dobře
Logická stavba práce	velmi dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	dobře
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta	dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	dobře
Stylistická úroveň, jazyk	dobře

Praktická/teoretická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná.

Hodnocení práce:

Převážně popisná bakalářská práce je velmi speciálně zaměřena na segment World Class a jeho historii i marketingovou komunikaci. První čtyři kapitoly objasňují pojmy z klasické marketingové literatury. Další části představují původní příspěvek diplomantky. Příspěvek se týká marketingové komunikace fitness World Class, reklamy, podpory prodeje, publik relations, fenoménu Internet a zhodnocení analýzy marketingové komunikace. Další šestá část představuje návrh koncepce marketingové komunikace na rok 2015 včetně rozpočtu, využití rozhlasové reklamy, tištěné reklamy, venkovní reklamy, podpory prodeje a dále přehled marketingové komunikace. Závěry na str. 64 jsou přehledné a umožňují snadnou aplikaci. Práci doporučuji k obhajobě a má praktické využití.

Připomínky:

Závěry by mohly být podrobnější.

Cílovou skupinu nelze charakterizovat jako (str. 37): „...zákazníci s neomezenou věkovou hranicí. Lidé, kteří milují sport, kteří sportem žijí a chtějí trávit volný čas v posilovně.

V řadě úvah chybí kvantifikace např. na str. 51: „Reklama v rádiu, se kterým World Class uzavře smlouvu, bude pečlivě sledovaná, aby manažeři věděli, jaká je její statistická úspěšnost...“

Otázky k obhajobě:

Proč nebylo využito (sociologického) průzkumu s dotazníky, který je dnes vyžadován i u maturitních prací?

Jaké jsou další sítě Fitness ve světě a které z nich představují pro World Class přímou konkurenci?

Dá se vytvořit seznam (pořadník) finančně nejúspěšnějších sítí Fitness?

Co je to internetový marketing a jaké jsou jeho hlavní trendy?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: dobře-velmi dobře

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu k diplomantovi.

V Praze dne 9. 5. 2014

Podpis

.....

Jméno

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno: Anna Šuranská

Název práce: Marketingová komunikace fitness World Class

Cíl práce: Zhodnocení současné situace marketingové komunikace a návrhy na zlepšení

Jméno oponenta: RNDr.Bohumír Štědroň,CSc.

Celková náročnost tématu na:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Stupeň splnění cíle práce	dobře
Logická stavba práce	velmi dobře
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	velmi dobře
Adekvátnost použitých metod	dobře
Hloubka tematické analýzy, vlastní přínos diplomanta	dobře
Úprava práce: text, grafy, tabulky	dobře
Stylistická úroveň, jazyk	dobře

Praktická/teoretická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná.

Hodnocení práce:

Převážně popisná bakalářská práce je velmi speciálně zaměřena na segment World Class a jeho historii i marketingovou komunikaci. První čtyři kapitoly objasňují pojmy z klasické marketingové literatury. Další části představují původní příspěvek diplomantky. Příspěvek se týká marketingové komunikace fitness World Class, reklamy, podpory prodeje, publik relations, fenoménu Internet a zhodnocení analýzy marketingové komunikace. Další šestá část představuje návrh koncepce marketingové komunikace na rok 2015 včetně rozpočtu, využití rozhlasové reklamy, tištěné reklamy, venkovní reklamy, podpory prodeje a dále přehled marketingové komunikace. Závěry na str. 64 jsou přehledné a umožňují snadnou aplikaci. Práci doporučuji k obhajobě a má praktické využití.

Připomínky:

Závěry by mohly být podrobnější.

Cílovou skupinu nelze charakterizovat jako (str. 37): „...zákazníci s neomezenou věkovou hranicí. Lidé, kteří milují sport, kteří sportem žijí a chtějí trávit volný čas v posilovně.

V řadě úvah chybí kvantifikace např. na str. 51: „Reklama v rádiu, se kterým World Class uzavře smlouvu, bude pečlivě sledovaná, aby manažeři věděli, jaká je její statistická úspěšnost...“

Otázky k obhajobě:

Proč nebylo využito (sociologického) průzkumu s dotazníky, který je dnes vyžadován i u maturitních prací?

Jaké jsou další sítě Fitness ve světě a které z nich představují pro World Class přímou konkurenci?

Dá se vytvořit seznam (pořadník) finančně nejúspěšnějších sítí Fitness?

Co je to internetový marketing a jaké jsou jeho hlavní trendy?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: dobře-velmi dobře

Prohlašuji, že nejsem v rodinném či jiném soukromém vztahu k diplomantovi.

V Praze dne 9. 5. 2014

Podpis

.....

Jméno