

# POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

**Jméno studenta:** Anna Šuranská

**Název práce:** Marketingová komunikace fitness World Class

**Cíl práce:** na základě provedených analýz zhodnotit současnou situaci marketingové komunikace a na jejich základě vytvořit návrh na zlepšení marketingové komunikace World Class pro rok 2015.

## **Celková náročnost práce:**

Podprůměrné

Průměrné

Nadprůměrné

## **Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:**

Výborně - velmi dobře - dobře - nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	Výborně
Samostatnost při zpracování tématu	Výborně
Logická stavba práce	Výborně
Práce s literaturou – citace, vlastní komentář	Dobře
Adekvátnost použitých metod	Velmi dobře
Hloubka tématické analýzy, vlastní přínos diplomanta	Výborně
Úprava práce: text, grafy, tabulky	Výborně
Stylistická úroveň, jazyk	Výborně

## **Praktická využitelnost zpracování:**

Podprůměrná

průměrná

nadprůměrná

## **Hodnocení:**

- Stupeň splnění cíle práce – cíl práce byl splněn v dostatečném rozsahu.
- Samostatnost při zpracování tématu – studentka pracovala samostatně, svědomitě, pravidelně konzultovala s vedoucím práce.
- Logická stavba práce – struktura práce je jasná a logická vzhledem ke stanovenému tématu.
- Práce s literaturou – práce využívá celkem 28 zdrojů, z toho pouze 3 zahraniční, což je slabá stránka práce. Stejně tak i volba samotné literatury není příliš pestrá, často se opakují tituly a autoři, jen se liší ve vydání. Teoretická část je spíše jen kompilace citací.
- Adekvátnost použitých metod – použité metody jsou pouze základní, nicméně správně využité.
- Hloubka tematické analýzy – všechny části práce (teoretická, analýza, návrh) považují za dostatečně podrobné a do hloubky. Zejména kladně hodnotím konkrétní realizovatelný návrh, díky tomu je práce prakticky velmi dobře využitelná.
- Úprava práce – úprava práce je v pořádku pouze s drobnými občasnými nedostatky – viz níže připomínky.
- Stylistická úroveň – stylistika psaného textu je v pořádku, vhodná pro akademickou práci.

## **Připomínky:**

Str. 34 – překlep – „... v čísti ...“

Str. 46, 50 – nesprávné skloňování – „... jsou umístěné doporučení ...“, „Proto byly vybrány na propagaci 2015 tyto média.“

V cílech navrhované komunikace je jako jeden z cílů uveden „zvýšit obrat zisků“, což nedává jako pojem smysl, buď je třeba zvýšit obrat (příjem), nebo zisk.

**Otázky k obhajobě:**

1. Bude, nebo již byl předložen návrh marketingové komunikace vedení společnosti World Class?

**Práce je doporučena k obhajobě.**

**Navržený klasifikační stupeň: výborně.**

V Praze dne 9.5.2014

.....  
Mgr. Josef Voráček