

POSUDEK OPONENTA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Adam Mašek

Název práce: Návrh marketingové komunikace outdoorových center Offpark na Šumavě

Cíl práce: Sestavení marketingové komunikace na letní sezonu 2017 na základě získaných dat

Jméno oponenta: Mgr. Josef Voráček, Ph.D.

Zaměstnavatel a funkce oponenta (pokud není zaměstnancem UK FTVS):

Celková náročnost tématu na:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná

Kritéria hodnocení práce – stupně hodnocení:

Výborně

-

velmi dobře

-

dobře

-

nevyhovující

Stupeň splnění cíle práce	Dobře
Logická stavba práce	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	Velmi dobře
Stylistická úroveň, jazyk	Výborně

Praktická/teoretická využitelnost zpracování:

Podprůměrná

Průměrná

Nadprůměrná.

Hodnocení práce:

- Stupeň splnění cíle práce – předložená bakalářská práce je zpracována formálně v pořádku, odpovídá standardům bakalářské práce. Celkově je práce velmi stručná, čímž utrpěla celková kvalita jednotlivých částí. Ty mohly být podrobnější, konkrétněji zaměřené a poskytnout tak rozsáhlejší materiál, na základě kterého by se dala realizovat zajímavá marketingová komunikace, navíc s nemalým rozpočtem 160 000,- Kč. I tak však práce poskytuje zajímavé návrhy a splňuje nároky, kladené na bakalářskou práci. Práci doporučuji k obhajobě.
- Logická stavba práce – struktura práce je jasná a logická, vzhledem ke stanovenému tématu a cíli práce. Celkový rozsah jednotlivých kapitol se však pohybuje na minimální hranici pro bakalářskou práci. Teoretická východiska jsou zpracována na 16 stranách, praktická část pak na 18 stranách, přičemž celkový rozsah samotné práce (bez úvodních stránek a seznamů na konci) je 42 stran.
- Práce s literaturou – Práce využívá celkem 24 zdrojů, z toho 3 zahraničních, čímž splňuje pouze minimální stanovené požadavky na bakalářskou práci. Student vhodně a věcně cituje, adekvátně doplňuje vlastní komentář. Teoretická východiska jsou zpracována na pouhých 16 stranách, přičemž poskytují pouze základní přehled o tématu marketingové komunikace. Student navíc čerpá převážně jen z nejdostupnějších základních českých zdrojů. Zpracovaná rešerše by měla být více zaměřena na marketingovou komunikaci v zařízeních, podobných tomu, které je předmětem bakalářské práce.
- Adekvátnost použitých metod – použité metody jsou vhodné a adekvátní, nicméně pro dané téma představují spíše minimum toho, co by se dalo, resp. co by se mělo v takové práci použít.

- e) Hloubka tematické analýzy – provedené analýzy jsou poněkud stručné a zůstávají pouze „na povrchu“ celé problematiky. Oblast marketingové komunikace v Offparku by si zasloužila podrobnější a detailnější analýzy, např. i o dosavadní účinnosti současné marketingové komunikace, o zpětnou vazbu od zákazníků (klidně kvalitativním výzkumem). Celkově je hloubka provedených analýz z mého pohledu na úrovni minimálních požadavků, kladených na bakalářskou práci.
- f) Úprava práce – práce je v tomto ohledu v pořádku, vyskytují se zde pouze občasné nedostatky ve formě drobných pravopisných chyb a některých použitých formátů u uvedených zdrojů v seznamu literatury.
- g) Stylistická úroveň – stylistika textu je v pořádku a plně odpovídá úrovni akademické bakalářské práce.

Připomínky:

Str. 14 – chybějící odkaz na zdroj – „Vysekalová (2010) uvádí stejné výhody jako Karlíček a Král, ale přidává ...“

Str. 18 – chybějící odkaz na zdroj – „...podpory prodeje uvádí Kotler podporu prodejců ...“

Str. 19 – překlep – „Public relation“

Str. 19 – nesprávné skloňování – „...základní tři východiska, o které se ...“

Str. 24 – nesprávné skloňování – „Nespornou výhodou je ceny viral marketingu.“

Seznam literatury obsahuje drobné nedostatky ve formátu uvedených zdrojů.

Dílčí úkoly jsou formulovány jen velmi obecně.

Str. 34 – pravopisná chyba – „Akce byla mířená na děti, které si za samé jedničky mohli ...“

V analytické části práce chybí kapitola věnující se hlavním východiskům, která vyplývají z provedeného rozhovoru.

Str. 49 – nesprávné skloňování – „Společnosti Offpark byly předloženy návrh ...“

Otázky k obhajobě:

1. Na str. 45 je uveden návrh na spolupráci s partnerem High Point. Je v možnostech Offparku nabízet i protislužbu pro partnera, neboli v rámci samotných parků prodávat určitý omezený sortiment společnosti High Point?

Práce je doporučena k obhajobě.

Navržený klasifikační stupeň: velmi dobře – dobře v závislosti na průběhu obhajoby.

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

V Praze dne 8.5.2017

.....
Mgr. Josef Voráček, Ph.D.