

Posudek oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Vít Rosenbaum

Název bakalářské práce: Strategie komunikační kampaně pro Fitness club BF

Studijní obor – specializace: Management a marketing služeb – specializace obchodně podnikatelské služby

Titul, jméno a příjmení oponenta práce: prof. Ing. Vanda Lieskovská, PhD.

Pracoviště a pracovní zařazení: Ekonomická univerzita Bratislava,
Podnikovohospodářská fakulta v Košiciach

Hodnocení bakalářské práce

Kritérium hodnocení (označte křížkem)		Stupeň hodnocení						
		stupeň	A	B	C	D	E	F
		číselné vyjádření	1	1,5	2	2,5	3	-
Obsahová stránka BP	struktura práce	x						
	formulace cíle práce (v souladu se zadáním BP) / hypotéz a úrovně jejich naplnění	x						
	použité metody, jejich adekvátnost a relevance ve vztahu k tématu BP		x					
	faktická, věcná a obsahová správnost		x					
	hloubka provedené analýzy		x					
	zvládnutí odborné terminologie	x						
	schopnost argumentace a kritického myšlení	x						
	uplatnění práce v praxi / výuce	x						
Formální stránka BP	reprezentativnost a rozsah použité literatury a zdrojů	x						
	práce se zdroji, dodržování bibliografických norem, úroveň a četnost odkazů a citací							
	provázanost a sled textu, návaznost kapitol	x						
	jazyková a stylistická úroveň	x						
	estetická a grafická úprava textu, dodržení formálních náležitostí práce dle metodiky	x						
Celkové hodnocení bakalářské práce		x						
Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě		ANO						

Stručné verbální hodnocení bakalářské práce (minimálně 500 znaků):

Bakalářská práce je spracovaná s evidentným predhľadom v danej problematike a deklaruje hlboký záujem o prevádzakovenie Fitness klubu s požadovaným komunikačným efektom. Oceňujem logiku a argumentáciu čiastkotých interpretácií výsledkov realizovaného prieskumu s postupným vyústením do navrhovaných opatrení. Návrh stratégie komunikačnej kampane je prepracovaný aj z hľadiska ekonomických nákladov na realizáciu, vo forme rozpočtu komunikačnej stratégie pre rok 2017. Bolo by vhodné, ak by boli známe ekonomické výsledky klubu v časovom rade niekoľkých období, aby bolo možné vypočítať nielen podiel nákladov na komunikačnú kampaň z celkových tržieb, ale následne aj prípadné efekty kampane, po jej ukončení.

Otázky k obhajobě:

1. Vedeli by ste popísať alternatívy marketingovej komunikácie internej, ktorú realizuje Fitness club BF ?
2. Podrobnejšie popíšte ktoré alternatívy moderných nástrojov marketingovej komunikácie by ste sa pokúsili implementovať do komunikačnej stratégie s perspektívnou ich efektívneho využitia v prospech Fitness klubu BF ?

Datum: 16.5.2016

Podpis oponenta bakalářské práce:

Klasifikační stupnice VŠERS – platnost od akademického roku 2008/2009

Stupně	Číselné vyjádření	Slovní vyjádření Definice
A	1	VÝBORNÝ (excellent) vynikající výkon pouze s malými chybami
B	1,5	VELMI DOBRÝ (very good) nad průměrným standardem, ale s chybami
C	2	DOBRÝ (good) obecné vyznění práce s řadou zřetelných chyb
D	2,5	USPOKOJIVÝ (satisfactory) přijatelný, ale s významnými nedostatky
E	3	DOSTATEČNÝ (sufficient) výkon nad hranicí minima
F	-	NEÚSPĚŠNÝ (fail) je zapotřebí značné množství další práce