

Posudek oponenta bakalářské práce

Jméno a příjmení studenta: Petr Samec, MBA, IEn.

Název bakalářské práce: Marketingová komunikace na trhu B2B v podniku KNÚRR, s.r.o.

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

Titul, jméno a příjmení oponenta práce: prof. PhDr. Miroslav Foret, CSc.

Pracoviště a pracovní zařazení: Vysoká škola mezinárodních a vnějších vztahů Praha

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 úroveň 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			X				
	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):

Autor předložené bakalářské práce P. Samec začíná popisem základních charakteristik a představením podniku KNÚRR, s.r.o. V tomto popisu mohl věnovat více pozornosti gramatické a jazykové stránce textu – viz například „v Jižních Čechách“ na s. 12 apod.

Navazující SWOT analýza bohužel nerozlišuje náležitě mezi mikroprostředím a makroprostředím – viz s. 17. Mnohé příležitosti a hrozby jsou proto vlastně silné a slabé stránky z mikroprostředí.

K vymezení marketingové komunikace na s. 22 mohl autor využít vhodnější literární zdroje. K hodnocení firemní kultury na s. 25 by bylo vhodné začít nejprve popisem a analýzou podnikové identity KNÚRR, s.r.o. Následně potom hledat mezi oběma pojmy vzájemné vztahy – viz ot. č. 2 k obhajobě.

Otázky k obhajobě:

1. Jak lze česky vyjádřit to, co autor označil jako „filozofie společnosti“ – viz s. 11? Co je to „filozofie“?
2. Jaký je vztah mezi podnikovou identitou a podnikovou kulturou – viz s. 25?

Datum: 20. 4. 2018

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