

Posudek vedoucího bakalářské práce

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

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

Studijní obor – specializace: Management a marketing služeb – specializace služby cestovního ruchu, obchodně podnikatelské služby, finanční služby

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

Pracoviště a pracovní zařazení: Ekonomická univerzita Bratislava, PHF Košice

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							
	provázanost a sled textu, návaznost kapitol		X					
	jazyková a stylistická úroveň			X				
	estetická a grafická úprava textu, dodržení formálních náležitostí práce dle metodiky		X					
	samostatnost, aktivita a komunikace studenta s vedoucím BP při zpracování bakalářské práce	X						
Na základě elektronického testování na podobnosti s jinými dokumenty je možné bakalářskou práci označit za originální.		ANO						
Celkové hodnocení bakalářské práce			X					
Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě		ANO						

Stručné verbální hodnocení bakalářské práce (minimálně 500 znaků):

Bakalářská práce vycházela z osobních poznatků a zkušeností, které byly součástí problémů reálné praxe. Bakalář deklaroval znalost problematiky v širokospektrálním rozsahu praktických poznatků a interních informací, které přispěli k řešení konkrétního komunikačního problému ve vybrané firmě. Pozornost soustředil nejvíce na alternativu efektivní marketingové komunikace či už směrem dovnitř firmy, nebo navonok na trhu B2B. Tomu přispôsobil i realizaci aktivit v zaměření na výzkum trhu. Prostřednictvím znalostí postojů zaměstnanců, ku kterým se bakalář dopracoval realizací dialog dotazníků přímo u zaměstnanců předmětného podniku, bylo možné poukázat na případné problémy, resp. doporučení, které byly v práci jasne pomenované. V piatej kapitole nasledoval podrobný popis realizácie projektu Insta-Rack., v ktorom bolo potrebné vytvárať intenzívne vnútrofirémne komunikačné kanály medzi konštrukciou, predajcami a marketingovým oddelením. Práve táto časť práce je poznačená mimoriadne fundovanou znalosťou podmienok hospodárskej praxe.

Otázky k obhajobě:

1. V časti 6.3 na str. 48 uvádzate, že za istých okolností by ste boli ochotný navrhnuť, spracovať a vyhodnotiť riadny marketingový prieksum. Popíšte ho stručne prosím.
.....
2. Bol s výsledkami Vašej práce oboznámený manažment firmy? Aké boli reakcie?

Datum:Košice, 3. 5. 2018

Podpis vedúceho 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