



POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Jolana ŽÍDKOVÁ, DiS.

Název diplomové práce: Komunikační strategie vybrané firmy

Cíl práce: Navrhnout strategický směr komunikace firmy ARGO-HYTOS s.r.o. s ohledem na pozitivní image firmy na B2B trzích.

Jméno vedoucího diplomové práce: Ing. Zuzana Švandová, Ph.D.

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
I. Hodnocení zpracování tématu diplomantem:				
Splnění cíle práce	x			
Volba metod a jejich aplikace při zpracování tématu	x			
Hloubka provedené analýzy		x		
II. Hodnocení struktury a obsahu práce:				
Přehlednost a logická stavba (struktura) práce		x		
Aktuálnost a vhodnost použitých pramenů	x			
Schopnost diplomanta zpracovat získané podklady	x			
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce	x			
Formulování vlastních názorů diplomantem	x			
III. Hodnocení formy a stylu práce:				
Formální úprava práce (text, tabulky, grafy)	x			
Stylistická úroveň práce	x			
Práce s českou literaturou včetně odkazů a citací	x			
Práce se zahraniční literaturou včetně odkazů a citací	x			

Otázky k obhajobě diplomové práce:

1. Kdyby měla firma realizovat všechny Vaše návrhy na změnu komunikace, jaké finanční prostředky by musela přibližně vynaložit?
2. Uvažuje vedení firmy o realizaci Vašich návrhů? Které z návrhů považujete za prioritní?

Práci doporučuji k obhajobě.

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm:

výborně

Datum: 17.5.2015

Podpis vedoucího diplomové práce





Autorka se ve své diplomové práci zabývá celkovou komunikací firmy, která působí na B2B trzích. V teoretické části diplomové práce jsou popsány klasické nástroje integrované marketingové komunikace včetně specifíků pro komunikaci na průmyslových trzích. Dále se diplomantka věnuje firemní identitě, designu, firemní kultuře a vnitrofiremní komunikaci, také vlivu společenské odpovědnosti firem na tvorbu image. Teoretická část práce je velmi podrobně zpracovaná, a má logickou návaznost. Je patrné, že se autorka teorii intenzivně věnovala a dané problematice porozuměla, i když ne všechny poznatky poté využila při řešení zadání.

V praktické části je analyzována stávající firemní komunikace vnitřní i vnější, design firmy, aktivity celospolečenské odpovědnosti firmy, analýza je doplněna o výsledky dotazníkového šetření spokojenosti zaměstnanců. V závěru diplomové práce jsou navržena konkrétní opatření k optimalizaci komunikace firmy, a to nejen v oblasti marketingové komunikace, ale i etiky, standardů chování ve firmě a společenské odpovědnosti firmy. Tím byl cíl diplomové práce splněn. Vlastní slohové a grafické zpracování je kvalitní. Zvláště oceňuji snahu o praktický přínos práce, návrhy jsou detailně propracované a ihned implementovatelné.

