

POSUDEK VEDOUCÍHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
s názvem

Marketingová komunikace firmy Alpine Pro s generací Y

studentky Markéty ŠEBÍKOVÉ

Studijní program: Textil, Studijní obor: Textilní marketing, Akademický rok 2016/2017

Tato bakalářská práce se zabývá marketingovou komunikací oděvní firmy a efektivitou na specifickou skupinu lidí. Zadání je po odborné i teoretické stránce dostačující. Řešená problematika je aktuální a obtížnost odpovídá bakalářskému stupni. Cílem práce bylo zhodnotit stávající marketingovou komunikaci a analyzovat, jaké faktory jsou důležité pro generaci používající sociální sítě v každodenním životě.

V teoretické rešerši studentka shrnuje reklamu, typy marketingové komunikace, teorii generačních rozdílů a základy marketingového výzkumu. Tím uvozuje praktickou část a definuje nezbytné pojmy. Další část je věnována popisu společnosti ALPINE PRO a její stávající marketingové komunikaci. Informace o stávající komunikaci firmy a cílová skupina jsou interním sdělením konzultantky z firmy. Jako předěl pro experimentální část by bylo vhodné zhodnotit ucelenost, s jakou firma oslovuje zvolenou cílovou skupinu.

Experimentální část je vyhodnocením dotazníkového výzkumu. Studentka definuje dvě jednoznačné hypotézy se zdůvodněním. Chybí pouze potřebnost pro firmu. Všechna data jsou zpracována a graficky zobrazena s jasnými výsledky. Studentka nad výsledky logicky uvažuje. Hypotézy jsou vyhodnoceny. Dotazník pokrývá všechny základní otázky preferencí respondentů. Výsledky dotazníkového šetření jsou hodnoceny nejen pro každou otázku zvlášť, ale vztah je hledán i pomocí třídících otázek mezi respondenty. Dotazník dokázal oslovit vysoké množství lidí. Výsledek je vypovídající a je největším přínosem práce.

Studentka prokázala schopnost samostatné práce. Studentka byla v kontaktu více s konzultantkou z praxe, což byl samozřejmě přínos, ale mělo to také svá úskalí. Bohužel až tak, že formální náležitosti a logickou návaznost bylo nutné řešit na poslední chvíli.

Formální úroveň vypracování práce je uspokojivá. Studentka se ovšem nevyvarovala chybám jako špatně načtený obsah, odkazy za tečkou, občasné překlapy apod. Také název sociální sítě LinkedIn není opraven po automatické změně v teoretické části. Seznam použité literatury je dostatečný, zdroje jsou definovány podle norem s dostatkem vydavatelských údajů. Obrázky, grafy a tabulky jsou přehledné. Konečná kapitola by se měla jmenovat závěr a ne doporučení.

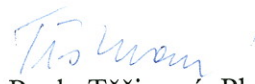
Doporučení k obhajobě:

Studentka by měla zdůvodnit účel dotazníku pro firmu, která se zaměřuje na jinou cílovou skupinu, než byla zahrnuta v šetření.

Celková struktura, zpracování i rozsah práce odpovídá úrovni kladené na bakalářskou práci. Zadání bylo splněno ve všech bodech. Práci doporučuji k obhajobě. Práce splňuje požadavky kladené na udělení bakalářského titulu. Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci:

Velmi dobře

V Liberci 25. 5. 2017


Ing. Pavla Těšinová, Ph.D.

