



POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Martina Rachotová

Název diplomové práce: Marketingová komunikace subjektu Bílí Tygři Liberec se zaměřením na zahraniční klienty

Cíl práce: Cílem DP je na základě analýzy současné situace a vyhodnocení dotazníkového šetření navrhnout dílčí komunikační strategii zaměřenou na segment zahraničních fanoušků.

Jméno vedoucího diplomové práce: Ing. Světlana Myslivcová

	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		

Vyjádření minimálně v rozsahu 10 řádků k diplomové práci z hlediska splnění jejích cílů, využití metod řešení a návrhů opatření včetně formální úpravy, práce s literaturou a její citace (uveďte na druhou stranu posudku).

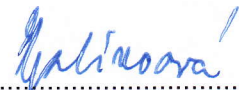
Otázky k obhajobě diplomové práce:

- 1. Můžete Vámi navrženou komunikační strategii kvantifikovat? Např. uvést náklady na jednotlivé návrhy.**
- 2. Můžete uvést pořadí návrhů Vámi vyjmenovaných komunikačních nástrojů dle poměru N versus efektivita (dle vztahu co nejnižší náklady a co největší efektivita)?**

Práci doporučuji k obhajobě.

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: velmi dobře

Datum: 2.6.2013


.....
Podpis vedoucího diplomové práce





Studentka se ve své diplomové práci věnuje marketingové komunikaci, konkrétně komunikaci sportovního týmu Bílí Tygři Liberec.

V úvodní části své DP popisuje teoretická východiska marketingové komunikace obecně, bez specifik, která se týkají marketingové komunikace v oblasti nehmotného produktu.

Druhá část diplomové práce je věnována převážně popisu komunikačních nástrojů společnosti Bílí Tygři Liberec a marketingovému výzkumu. V praktické části DP je také část, která se týká interkulturních rozdílů. Tato část velice zdařile charakterizuje německého zákazníka.

V závěru DP jsou uvedeny návrhy komunikační strategie pro subjekt Bílí Tygři Liberec. Návrhy jsou formulovány na základě interpretace výsledků výzkumu a na základě subjektivních zkušeností.

Velice oceňuji schopnost věrně popsat komunikační strategii Bílých Tygrů Liberec. Je různorodá a vázaná k různým termínům a akcím. Práce má převážně popisný charakter. Navržené strategie nejsou kvantifikovány.

