



POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Lucie PAVELKOVÁ

Název bakalářské práce: Komunikační strategie společnosti Družstevní závody Dražice – strojírna s.r.o.

Cíl práce: Na základě poznatků o marketingové komunikaci v B2B prostředí vyhodnotit komunikační nástroje firmy a navrhnout opatření pro její optimalizaci.

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

	Výborně	Velmi dobře	Dobře	Neprospěl
I. Hodnocení zpracování tématu studentem:				
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 studenta zpracovat získané podklady		x		
Přiměřenost a srozumitelnost závěrů práce		x		
Formulování vlastních názorů studentem	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 bakalářské práce:

1. Při obhajobě doplňte, které z komunikačních nástrojů vymezených v kap. 2 jsou nejvhodnější pro komunikaci v B2B prostředí.
2. Jaké finanční prostředky by firma musela vynaložit, kdyby chtěla vaše návrhy všechny realizovat?

Práci doporučuji k obhajobě.

Bakalářskou práci navrhuji klasifikovat stupněm: velmi dobře

Datum: 7.5.2018

.....
Podpis vedoucího bakalářské práce





Bakalářská práce se zabývá komunikační strategií vybrané firmy, výsledkem práce jsou konkrétní doporučení pro komunikaci firmy Družstevní závody Dražice – strojírna s.r.o.. Cíl bakalářské práce byl splněn.

V teoretické části studentka vymezuje cíle a strategie marketingové komunikace, komunikační nástroje a specifika komunikačních strategií v B2B prostředí.

Ve druhé kapitole jsou popsány nástroje marketingové komunikace, avšak bez jasného vymezení těch, které se používají v B2B prostředí.

V další části bakalářské práce hodnotí komunikaci výše uvedené firmy, ale nejsou zde rozděleny nástroje pro cílové skupiny na B2B trhu a nástroje pro zákazníky na spotřebitelských trzích.

V závěru bakalářské práce studentka uvádí návrhy na zlepšení komunikační strategie zvolené firmy.

Slohové a grafické zpracování bakalářské práce vyhovuje nárokům kladeným na bakalářskou práci, práce je přehledná, vhodně byla použita i odborná literatura.

