

POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Jakub HORA

Název diplomové práce: Marketingová komunikace vybrané firmy

Cíl práce: Charakterizovat komunikační nástroje a na základě analýzy marketingové komunikace firmy Decathlon navrhnout doporučení pro optimalizaci komunikační strategie firmy.

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			

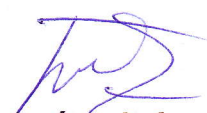
Otázky k obhajobě diplomové práce:

1. Vysvětlíte termín „šeptaná reklama“, který jste použil v praktické části (s.75), aniž je tento v teoretické části definován.
2. Pro firmu navrhuje klasické komunikační nástroje. Jaký máte názor na možné použití netradičních komunikačních nástrojů jako je virální či guerillová komunikace nebo teď populární slevové servery pro firmu Decathlon?

Práci doporučuji k obhajobě.

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: výborně

Datum:25.5.201.....


Podpis vedoucího diplomové práce





Diplomová práce se podrobně zabývá marketingovou komunikací jako součástí marketingového mixu a z tohoto pohledu hodnotí komunikaci firmy Decathlon. Výsledkem jsou konkrétní doporučení pro komunikaci firmy, což považuji za splnění cíle diplomové práce.

Nejprve diplomant velmi podrobně popisuje základní nástroje marketingové komunikace, tato část tvoří teoretický základ pro analýzu komunikace a je v odpovídajícím rozsahu zpracovaná.

Protože firma je součástí nadnárodního řetězce a její komunikační strategie je určována zahraničním managementem, prostor pro další návrhy marketingové komunikace je zúžený. Přesto se diplomantovi podařilo po konzultaci některé z návrhů prosadit u vedení liberecké pobočky k realizaci. V tom spatřuji největší přínos diplomové práce. V diplomové práci jsou zřejmé praktické zkušenosti diplomanta.

Diplomová práce je zpracována přehledně a zodpovědně jak obsahově tak graficky. Odpovídá zadání a možnostem diplomanta jak časovým tak i odborným. Je praktickým přínosem pro oblast, na kterou je zaměřena.

