



POSUDEK VEDOUCÍHO DIPLOMOVÉ PRÁCE

Jméno diplomanta: Bc. Barbora Víznerová

Název diplomové práce: Marketingová komunikace podniku PFT, spol. s r.o.

Cíl práce: Cílem DP je optimalizace komunikace společnosti PFT.

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 (uved'te na druhou stranu posudku).

Otázky k obhajobě diplomové práce:

1. Jaké náklady jsou spojené s QR kódem? Pro jaké komunikační nástroje lze QR kód použít?

2. Jaké je po vyhodnocení dotazníku pořadí faktorů (od nejdůležitější faktor po nejméně důležitý faktor), které jsou uvedeny v otázce č. 2?

3. Lze na základě vyhodnocení otázky č.2 rozšířit svá doporučení?

Práci doporučuji k obhajobě.

Diplomovou práci navrhuji klasifikovat stupněm: výborně

Datum: 17.1.2014

.....
Podpis vedoucího diplomové práce





Cílem diplomové práce bylo na základě analýzy trhu a především na základě analýzy zákazníka navrhnout modifikaci marketingové komunikace pro společnost PFT.

První část diplomové práce se zabývá teoretickými východisky, která jsou primární pro vypracování praktické části. Tato část se podrobně zabývá komunikačními nástroji a vlivy prostředí, které bezpochyby firmu více či méně ovlivňují.

Praktická část se věnuje představení podniku PFT, analýze dodavatelů, konkurence a hlavně analýze zákazníků. Prostředkem analýzy zákazníků bylo dotazníkové šetření, jehož cílem bylo zjištění faktorů, které následně povedou k optimalizaci marketingové komunikace.

Návrhy opatření, která jsou v závěru diplomové práce uváděna, logicky vyplývají z předcházejících částí práce. Je patrné, že diplomantka dané problematice rozumí. Je možná trochu slabou stránkou DP, že nejsou všechny návrhy ekonomicky zhodnoceny.

Práce téměř bez výhrad naplnila svůj cíl.

