



POSUDEK VEDOUcíHO BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno studenta: Tereza JIRÁSKOVÁ

Název bakalářské práce: Komunikační strategie ve vybraném podniku

Cíl práce: Vyhodnotit marketingovou komunikaci firmy ROSSMANN spol. s r.o., porovnat ji s komunikační strategií hlavních konkurentů, na základě toho a teoretických poznatků 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. Jakým způsobem se firma postavila k Vámi navrhované komunikační strategii? Je šance, aby některý z návrhů realizovala?
2. Při obhajobě doplňte, jak používají vybrané firmy slevy jako nástroj podpory prodeje (bez návaznosti na věrnostní program).

Práci doporučuji k obhajobě.

Bakalářskou práci navrhuji klasifikovat stupněm: **výborně**

Datum: 7.5.2015

.....
Podpis vedoucího bakalářské práce





Bakalářská práce se zabývá komunikační strategií vybrané firmy, výsledkem práce jsou konkrétní doporučení pro komunikaci firmy ROSSMANN spol. s.r.o., tím byl cíl bakalářské práce splněn.

V prvních dvou kapitolách studentka vymezuje základní pojmy marketingové komunikace, třetí kapitola je věnována získávání informací o konkurenci a tvorbě konkurenční výhody. Tyto kapitoly tvoří teoretický základ pro vyhodnocení komunikace drogerie ROSSMANN a jejích dvou hlavních konkurentů: firem DM drogerie a Drogerie Teta. Autorka teoretickou část práce dobře utřídila, jednotlivé kapitoly mají logickou návaznost.

V další části bakalářské práce hodnotí komunikaci výše uvedených firem, porovnává je z pohledu ekonomických výsledků a dle užití marketingových komunikačních nástrojů. Vyhodnocení komunikace firem je provedeno pomocí studia interních materiálů, článků, pozorování a rozhovory se zaměstnanci a vedením firmy. V závěru bakalářské práce studentka uvádí návrhy na zlepšení komunikační strategie zvolené firmy.

Slohové a grafické zpracování bakalářské práce je dobré, práce je přehledná, vhodně byla použita i odborná literatura. Studentka pracovala zcela samostatně, volba metod a hloubka provedené analýzy odpovídá nárokům kladeným na bakalářskou práci.

