

**I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE**

<b>Název práce:</b>	<b>Komunikační nástroje a návrh komunikační strategie vybrané firmy</b>
<b>Jméno autora:</b>	<b>Mottlová Šárka</b>
<b>Typ práce:</b>	bakalářská
<b>Fakulta/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Katedra/ústav:</b>	Institut manažerských studií
<b>Vedoucí práce:</b>	Ing. Dagmar Skokanová, Ph.D.
<b>Pracoviště vedoucího práce:</b>	Institut manažerských studií

**II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ**

<b>Zadání</b>	<b>průměrně náročné</b>
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Zadání práce na téma komunikační nástroje a návrh komunikační strategie vybrané firmy hodnotím jako průměrně náročné.	

<b>Splnění zadání</b>	<b>splněno</b>
<i>Posuďte, zda předložená závěrečná práce splňuje zadání. V komentáři případně uveďte body zadání, které nebyly zcela splněny, nebo zda je práce oproti zadání rozšířena. Nebylo-li zadání zcela splněno, pokuste se posoudit závažnost, dopady a případně i příčiny jednotlivých nedostatků.</i>	
Předkládaná závěrečná práce v rámci naplnění teoretické a praktické části splnila zadání.	

<b>Aktivita a samostatnost při zpracování práce</b>	<b>A - výborně</b>
<i>Posuďte, zda byl student během řešení aktivní, zda dodržoval dohodnuté termíny, jestli své řešení průběžně konzultoval a zda byl na konzultace dostatečně připraven. Posuďte schopnost studenta samostatně tvůrčí práce.</i>	
Autorka přistupovala k psaní bakalářské práce aktivně. Prokázala schopnost samostatné tvůrčí práce.	

<b>Odborná úroveň</b>	<b>B - velmi dobře</b>
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Odborná úroveň práce odpovídá požadavkům kladeným na bakalářské práce.	

<b>Formální a jazyková úroveň, rozsah práce</b>	<b>B - velmi dobře</b>
<i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	
Po formální stránce je práce na velmi dobré úrovni. Hodnotím-li jazykovou stránku, v práci se vyskytují drobné nepřesnosti a překlepy. Rozsah práce je 60 stran a splňuje požadavky na psaní bakalářské práce.	

<b>Výběr zdrojů, korektnost citací</b>	<b>B - velmi dobře</b>
<i>Vyjádřete se k aktivitě studenta při získávání a využívání studijních materiálů k řešení závěrečné práce. Charakterizujte výběr pramenů. Posuďte, zda student využil všechny relevantní zdroje. Ověřte, zda jsou všechny převzaté prvky řádně odlišeny od vlastních výsledků a úvah, zda nedošlo k porušení citační etiky a zda jsou bibliografické citace úplné a v souladu s citačními zvyklostmi a normami.</i>	
Autorka využila poznatky z dostupné odborné literatury a dalších elektronických zdrojů. Citace jsou uvedeny v pořádku.	

<b>Další komentáře a hodnocení</b>	
<i>Vyjádřete se k úrovni dosažených hlavních výsledků závěrečné práce, např. k úrovni teoretických výsledků, nebo k úrovni a funkčnosti technického nebo programového vytvořeného řešení, publikačním výstupům, experimentální zručnosti apod.</i>	
Vložte komentář (nepovinné hodnocení).	

### III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

*Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejdříve ovlivnily Vaše celkové hodnocení.*

Studentka se ve své bakalářské práci zaměřila na analýzu komunikačních nástrojů a návrh komunikační strategie společnosti Jelínek – výroba nábytku s.r.o. Pokud jde o strukturu práce, práce je vhodně členěna do jednotlivých kapitol a podkapitol.

Cílem práce bylo zjistit nedostatky ve stávající marketingové komunikaci společnosti Jelínek na základě analýzy komunikačních nástrojů a následně navrhnout doporučení, která by vedla k efektivnějšímu využití marketingových komunikačních nástrojů ve společnosti za účelem zlepšení komunikace s koncovými zákazníky.

Teoretická část práce definuje marketing a cílený marketing a dále pojednává o marketingové komunikaci jako procesu, uvádí principy marketingové komunikace. V kapitole 5 jsou představeny jednotlivé nástroje komunikačního mixu.

V praktické části autorka představuje vybranou společnost Jelínek z pohledu organizační struktury, stručně popisuje historii a představuje předmět společnosti – výrobu nábytku a matrací. Zmiňuje také další nabízené služby. V Kapitole 7 se autorka věnuje analýze tržních segmentů a jednotlivým nástrojům komunikačního mixu, které společnost využívá. Kapitola 8 vhodně vyhodnocuje silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby vybrané společnosti. Kapitola 9 prezentuje výsledky dotazníkového šetření, na základě kterého jsou navržena doporučení pro tvorbu komunikační strategie. Kvalitu práce snižuje Úvod a Závěr, který by mohl být lépe propracovaný. Jinak je práce pečlivě zpracována jak po obsahové tak po formální stránce.

Na str. 48 nekoresponduje čtvrtá a pátá otázka s otázkami v dotazníku, který je uveden na konci práce. Jedná se o otázku pátou a šestou, a dále je číslování otázek posunuto o jednu otázku. V Dotazníku pak poslední, devátá otázka, chybí.

Závěrečná práce byla zkontrolována na plagiátorství v databázi Theses.cz i na základě jiných zdrojů.

#### Otázky pro diskuzi:

- 1) Na straně 46 je uvedeno, že dotazníkového šetření se zúčastnilo 117 respondentů online s využitím formuláře Google Forms. Kdy bylo dotazníkové šetření provedeno?
- 2) Na základě výsledků dotazníkového šetření shrňte doporučení pro společnost Jelínek.

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **B - velmi dobře**.

Datum: 1.6.2023

Podpis: