

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Využití zeleného marketingu v propagaci společnosti Lesopol, s. r. o.
Jméno autora:	Jakub Křištof
Typ práce:	bakalářská
Fakulta/ústav:	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
Katedra/ústav:	Oddělení manažerských studií
Vedoucí práce:	Ing. Barbora Joudalová, MBA
Pracoviště vedoucího práce:	Oddělení manažerských studií

II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ

Zadání	průměrně náročné
<i>Hodnocení náročnosti zadání závěrečné práce.</i>	
Náročnost zadání odpovídá náročnosti bakalářské práce.	

Splnění zadání	splněno
<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>	
Předložená bakalářská práce splňuje schválené zadání. V teoretické části práce student popisuje marketing, jeho historii a společenskou odpovědnost firem, typy trhů, proces STP, marketingový mix a marketingovou komunikaci. Předposlední kapitola teoretické části je věnována zelenému marketingu, poslední potom analýzám využitelným při marketingovém auditu. V praktické části potom popisuje vybranou společnost a její aktivity, používané technologie, popisuje konkurenci a stávající stav komunikace ve společnosti. Dále analyzuje stávající marketingovou komunikaci a navrhuje její úpravy, včetně uvedení rámcového rozpočtu a harmonogramu.	

Aktivita a samostatnost při zpracování práce	B - velmi dobře
<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>	
Student byl aktivní, práci průběžně konzultoval. Je schopen samostatné práce.	

Odborná úroveň	B - velmi dobře
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Student prokázal teoretickou znalost zvolené problematiky i schopnost ji aplikovat v reálném případě. V návrhové části se soustředil na vylepšení používání současných forem a nástrojů marketingové komunikace, ale i na návrh nových. Spojujícím prvkem návrhů je potom důraz na šetrnost k přírodě.	

Formální a jazyková úroveň, rozsah práce	B - velmi dobře
<i>Posuďte správnost používání formálních zápisů obsažených v práci. Posuďte typografickou a jazykovou stránku.</i>	
Rozsahem i zaměřením práce odpovídá nárokům na práci bakalářskou. Formální a jazyková úroveň tomu rovněž odpovídá. V práci jsou drobné jazykové nedostatky (např. autor používá vyplývá i vyplývá).	

Výběr zdrojů, korektnost citací	B - velmi dobře
<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>	

Student pracoval se zdroji knižními i elektronickými. Knižní zdroje nejsou uvedeny obvyklým způsobem. Jejich množství a struktura odpovídá práci bakalářské a respektuje zaměření práce. Práce byla zkontrolována na plagiátorství v systému Theses.

Další komentáře a hodnocení

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.

Vložte komentář (nepovinné hodnocení).

III. CELKOVÉ HODNOCENÍ A NÁVRH KLASIFIKACE

Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení.

Student si vybral téma zeleného marketingu – téma, které v poslední době nabývá na významu. V souvislosti se zvolenou firmou, která technologie šetrné k životnímu prostředí již používá, navrhuje úpravy a doplnění marketingových komunikačních nástrojů s cílem akcentovat i v této oblasti orientaci na zelený marketing. Stanovený cíl práce student splnil.

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

Otázky k obhajobě:

- 1. Jako konkurenční výhodu společnosti uvádíte, že žádný z uvedených konkurentů nedisponuje stejnými technologiemi, a pokud ano, tak jen částečně. Jak vnímá význam použité technologie zákazník? Umí společnost dostatečně komunikovat používání technologií šetrných k životnímu prostředí?**
- 2. Jaké komunikační aktivity byste firmě navrhl pro získání nových zákazníků?**

Datum: 11.6.2017

Podpis: