

I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE

Název práce:	Plán marketingové komunikace pro firmu AGS Trade s.r.o.
Jméno autora:	Bc. Jiří Mangl
Typ práce:	diplomová
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 diplomové 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 diplomová práce splňuje schválené zadání. V první části práce autor popisuje strategické marketingové nástroje (STP) a dále navazuje marketingovou komunikací a komunikačním mixem a trendy v marketingové komunikaci. V praktické části po popisu vybrané firmy a konkrétního produktu provádí situační analýzu a na základě použití STP potom pracuje s marketingovým mixem. Navržený plán komunikace je potom logickým vyústěním konkretizace jednoho taktického marketingového nástroje. Nad rámec schváleného zadání student provedl dotazníkové šetření u cílové skupiny.	

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>	
Autor pracoval samostatně, domluvené termíny dodržoval. Na konzultace byl vždy připraven. Student je schopen samostatné práce.	

Odborná úroveň	C - dobře
<i>Posuďte úroveň odbornosti závěrečné práce, využití znalostí získaných studiem a z odborné literatury, využití podkladů a dat získaných z praxe.</i>	
Student využil své orientace v oboru a na základě poznatků z literatury, provedených analýz i marketingového průzkumu získané poznatky využil při sestavení plánu marketingové komunikace. V práci postrádám zdůvodnění výběru konkrétních komunikačních nástrojů či jejich volbu na základě efektivity.	

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 diplomovou. Formální a jazyková úroveň tomu rovněž odpovídá.	

Výběr zdrojů, korektnost citací	A - výborně
<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. Jejich množství a struktura odpovídá práci diplomové 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 k vybranému tématu přistupoval zodpovědně, využil své orientace v tématu a zpracoval komunikační plán, který může firma využít. Zadání bylo splněno v celém rozsahu, nad jeho rámec student provedl dotazníkové šetření.

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

Otázky k obhajobě:

1. Ve vašem komunikačním plánu navrhujete spolupráci s celebritou a youtuberem. Pokud o spolupráci mít zájem nebudou, jak chcete situaci řešit?
2. Navrhujete komunikační plán pro jeden z produktů firmy. Dá se u něj využít synergických efektů s komunikací dalších produktů? Pokud ano, jak?

Datum: 6.6.2017

Podpis: