

**I. IDENTIFIKAČNÍ ÚDAJE**

<b>Název práce:</b>	Marketingový management Rádía Relax
<b>Jméno autora:</b>	<b>Merta Antonín</b>
<b>Typ práce:</b>	bakalářská
<b>Fakulta/ústav:</b>	Masarykův ústav vyšších studií (MÚVS)
<b>Katedra/ústav:</b>	Ústav ekonomických studií
<b>Oponent práce:</b>	Ing. Jiří Zmatlík, Ph.D.
<b>Pracoviště oponenta práce:</b>	MÚVS ČVUT

**II. HODNOCENÍ JEDNOTLIVÝCH KRITÉRIÍ**

<b>Zadání</b>	<b>náročnější</b>
Vzhledem k digitalizaci a novým technologiím jde o rychle se vyvíjející segment trhu.	

<b>Splnění zadání</b>	<b>splněno</b>
Zadání bylo splněno; rozsah práce, i hloubka analýz odpovídá tématu diplomové práci.	

<b>Zvolený postup řešení</b>	<b>správný</b>
Zvolený postup řešení studentem je optimální a správný.	

<b>Odborná úroveň</b>	<b>A - výborně</b>
Odborná úroveň je výborná; doporučuji vybrané části bakalářské práce k publikaci a účasti v soutěži „Manažer roku“.	

<b>Formální a jazyková úroveň, rozsah práce</b>	<b>A - výborně</b>
Práce neobsahuje závažné či formální, nebo stylistické nedostatky, a doporučuji práci k obhajobě.	

<b>Výběr zdrojů, korektnost citací</b>	<b>A - výborně</b>
Zdroje jsou promyšleně zvoleny, použité citace jsou korektní.	

<b>Další komentáře a hodnocení</b>
Lze doporučit publikaci vybraných částí bakalářské práce a účast v soutěži „Manažer roku“, kterou Česká manažerská asociace vypisuje pro všechny posluchače vysokých škol.

**III. CELKOVÉ HODNOCENÍ, OTÁZKY K OBHAJOBĚ, NÁVRH KLASIFIKACE**

*Shrňte aspekty závěrečné práce, které nejvíce ovlivnily Vaše celkové hodnocení. Uvedte případné otázky, které by měl student zodpovědět při obhajobě závěrečné práce před komisí.*

Velmi zajímavá a promyšleně strukturovaná bakalářská práce analyzuje marketingový management rádia RELAX v kontextu pojmů marketingu a managementu podle mezinárodních definic. Teoretická část popisuje základní pojmy z oblasti marketingu a marketingového managementu čerpané z dostupných literárních a internetových zdrojů, dále marketingové postupy, marketingový a komunikační mix a v neposlední řadě marketingové strategie. Praktická část je koncipována na základě analýzy elektronických dat, dokumentů, informací získaných pomocí marketingových metod jako jsou analýzy SWOT, PESTLE, dostupných informací o rádiích a krátkém dotazníkovém šetření a následném doporučení.

Lze doporučit publikaci vybraných částí bakalářské práce a účast v soutěži „Manažer roku“, kterou Česká manažerská asociace vypisuje pro všechny posluchače vysokých škol.

Otázky k obhajobě:

1. Jakým způsobem se stanoví se zvolenou spolehlivostí intervalový odhad relativní četnosti, který používáte ve vyhodnocení analýz?
2. Jakým způsobem lze porovnat relativní četností, zejména jejich signifikantní významnost rozdílů, na zvolené hladině významnosti?

Předloženou závěrečnou práci hodnotím klasifikačním stupněm **A - výborně**.

Datum: 24.5.2021

Podpis:  
Ing. Jiří Zmatlík, Ph.D.