



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ



Formulář pro hodnocení absolventské práce (dále jen AP)

Posudek absolventské práce

Jméno studenta: **Markéta Gabryšová**

oponent AP: **Bc. Terezie Fojtíková**

Školní rok: **2012/2013**

Téma AP: **Účinnost marketingových nástrojů v segmentu izolačních fólií**

Kritéria hodnocení		Počet bodů (0–10)
1	Náročnost tématu práce	7
2	Splnění cílů práce	6
3	Teoretická část práce	6
4	Praktická (analytická) část práce	5
5	Praktická (řešící) část práce	5
6	Formální úroveň práce	5
Celkový počet bodů (0 – 60)		34

Hodnocení jednotlivých kritérií: *

0 bodů	nesplněno (odpovídá stupni 4 – nevyhovující)
1–4 body	splněno pouze na úrovni základních požadavků (odpovídá stupni 3 – dobře)
5–7 body	splněno s jistými, ale ne kritickými nedostatky (odpovídá stupni 2 – velmi dobře)
8–10 bodů	Splněno nadstandardně (odpovídá stupni 1 – výborně)

Upozornění: Pokud jedno z kritérií hodnocení AP bude ohodnoceno stupněm 4 stává se práce **NEVYHOVUJÍCÍ pro obhajobu!**

Připomínky k práci:

Absolventská práce je věnována účinnosti marketingových nástrojů v segmentu izolačních fólií. Nejdříve je teoreticky pojednááno o marketingové komunikaci se zaměřením na B2B trh, marketingovém rozpočtu a metodologii práce a hypotézách.

Praktická část na úvod charakterizuje společnost Fatra, ve které je účinnost marketingových nástrojů zkoumána, dále analyzuje produktové portfolio a trh hydroizolačních fólií. Studentka se zaměřuje na fólie Fatrafol, u kterých uvádí distribuční síť a rozpracovává komunikační mix. Stěžejní oblast práce je věnována analýze konkrétní marketingové akce a z ní vycházející efektivity.

Absolventská práce je na uspokojivé odborné úrovni, ale stylisticky je slabší. Za nedostatky považuji pravopisné chyby a často se opakující stejná slova a věty. V práci jsem také narazila na hovorové výrazy, které nejsou vhodné k použití do odborného textu.

Otázky k obhajobě:

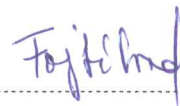
Na straně 38 uvádíte, že se společnost Fatra každoročně účastní celé řady veletrhu u nás i v zahraničí. Jmenujte některé konkrétní veletrhy a upřesněte, kde se konají.

V závěru Vaší práce se zmiňujete, že pro segment hydroizolačních fólií by bylo vhodnější používat jiné komunikační nástroje než je direct mail. Navrhněte tedy jiné konkrétní nástroje a pokuste se doporučení odůvodnit.

Práce splňuje kritéria pro obhajobu AP.

X

Ve Zlíně dne:



podpis hodnotitele AP