

Posudek oponenta bakalářské práce



ŠKODA AUTO Vysoká škola

Studijní program: **Ekonomika a management**

Studijní obor: **Podniková ekonomika a finanční management**

Akademický rok: **2015/2016**

Název práce: **Marketingová komunikace společnosti Vojenské lesy a statky ČR, s. p. divize Mimoň**

Řešitel: **Lenka Zvolánková**

Vedoucí práce: **Ing. Zuzana Svobodová**

Oponent: **Ing. Eva Mocková**

| | Hlediska | Stupeň hodnocení | | | | | | |
|----|-------------------------------------|------------------|-----------------------------------|----------------|---------------------------------|-------|------------------------------|----------------|
| | | výborně | výborně nebo velmi dobře | velmi dobře | velmi dobře nebo dobře | dobře | dobře nebo ne- vyhověl | nevyho- věl |
| 1. | Stupeň splnění cíle práce | X | | | | | | |
| 2. | Logická stavba práce | X | | | | | | |
| 3. | Práce s literaturou včetně citací | X | | | | | | |
| 4. | Adekvátnost použitých metod | X | | | | | | |
| 5. | Hloubka analýzy ve vztahu k tématu | X | | | | | | |
| 6. | Formální úprava práce | X | | | | | | |
| 7. | Jazyková a stylistická úprava práce | | X | | | | | |
| 8. | Přínos práce pro praxi nebo teorii | X | | | | | | |

Slovní hodnocení¹ (v rozsahu min. 200 slov):

Bakalářská práce Lenky Zvolánkové „Marketingová komunikace společnosti Vojenské lesy a statky ČR, s. p. divize Mimoň“ řeší problematiku, která je v činnosti podniku sice velmi významná, ale teoreticky a metodicky dosud příliš nerozpracovaná. V konkrétní činnosti divize Mimoň se jedná většinou o intuitivní proces, který vychází z praktických zkušeností při prodeji výrobků či služeb nebo pořádání konkrétních akcí. Proto je téma, které Lenka Zvolánková zpracovala pro divizi státního podniku velmi přínosné a to jak v teoretické části, tak v části praktické, která se zabývá hlavně akcí Lesnický den v Ralsku. Tato akce pro veřejnost přesahuje dnes rámec divize Mimoň a stala se jednou z nejvýznamnějších akcí propagující činnost celého státního podniku.

V teoretické části autorka prokazuje dobrou znalost literatury, která se věnuje marketingové komunikaci a kterou ve své práci cituje vždy i s uvedením odkazu na příslušný pramen. Teoretická část je i přesto, že vychází z řady různých pramenů, srozumitelná a přehledná.

Před tím, než se autorka věnuje marketingovým procesům v praxi divize Mimoň, charakterizuje státní podnik Vojenské lesy a statky České republiky. V této části prokazuje podrobné znalosti o historii podniku, o současném organizačním uspořádání celého státního podniku i organizační jednotky divize Mimoň. Charakterizuje správně hlavní činnosti divize Mimoň a popisuje současnou úroveň marketingové komunikace ve specifických podmínkách státního podniku s důrazem na hospodárnost a transparentnost vynaložených nákladů. Zaujalo mě i rozdělení druhů komunikace divize Mimoň v tabulce 4 na str. 27, zejména uvedení výhod resp. nevýhod jednotlivých forem komunikace. Tabulka 5 na str. 28, kde jsou vyjmenovány prostředky komunikace, je téměř úplným výčtem všech nevýrobních činností divize Mimoň. Vzhledem k tomu, že na ředitelství divize Mimoň pracuji od roku 1981, mohu potvrdit, že jednotlivé prostředky komunikace vznikaly postupně a souvisely zejména s ukončením vojenského využívání vojenského prostoru Ralsko a zpřístupňováním území veřejnosti. Podstatná část hodnocené bakalářské práce je věnována Lesnickému dni v Ralsku, jako nejvýznamnější marketingové události. Autorka se nespokojila jenom statistickým rozbohem této tradiční akce, ale navrhuje i další možnosti jejího rozvoje. Pro management divize je velmi přínosné uvedení nových moderních prvků marketingové komunikace navržené autorkou v poslední části bakalářské práce.

¹Ve slovním komentáři odůvodněte strukturované hodnocení jednotlivých kritérií v tabulce a poskytněte své stanovisko k závěrečné práci.

Závěrem mohu potvrdit, že autorka bakalářské práce kromě teoretické literatury prostudovala řadu materiálů z historie i současnosti Vojenských lesů a statků ČR, s. p., divize Mimoň. Navíc svými návrhy dalšího rozvoje marketingové komunikace prokázala i svůj osobní vztah k podniku, který vyplývá z toho, že žije přímo na území Ralska.

Otázky k obhajobě závěrečné práce (2–3 otázky):

1. Proč jste si vybrala právě tento státní podnik, tj. VLS ČR?
2. Myslíte, že Vámi navrhovaná opatření jsou zcela zrealizovatelná a jakou věkovou kategorii jednotlivá opatření hlavně zaujmou?
3. Jaký je Váš názor na marketingovou komunikaci státního podniku Lesy ČR, který, jak uvádíte ve své práci, je potenciálním konkurentem?
- 4.

Předložená bakalářská práce **odpovídá** požadavkům kladeným na kvalifikační práce tohoto stupně.

S přihlédnutím k uvedeným skutečnostem bakalářskou práci **doporučuji** k obhajobě a navrhuji klasifikaci: **výborně**.

Datum: 14. 1. 2016

Ing. Eva Mocková
oponent práce