

Posudek vedoucího 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.	Vlastní přístup autora k řešení	X						
7.	Formální úprava práce	X						
8.	Jazyková a stylistická úprava práce	X						
9.	Přínos práce pro praxi nebo teorii	X						

Slovní hodnocení¹ (v rozsahu min. 200 slov):

Autorka zpracovala téma marketingové komunikace společnosti Vojenské lesy a statky ČR, s.p. divize Mimoň.

V teoretické části prokázala, že velmi dobře rozumí základním pojmům marketingové komunikace. Text je dobře členěný a logicky navazující. Uvedené příklady a následná aplikace na společnost Vojenské lesy jsou srozumitelné i pro čtenáře, který není odborník na dané téma.

V praktické části analyzovala marketingovou komunikaci společnosti a podrobněji rozebrala největší akci: Lesnický dem. Poukázala na slabiny a vyzdvihla možná řešení ke zlepšení celé kampaně.

Dobře poukázala na to, že marketingová komunikace společnosti není koncentrovaná, ale rozptýlená k jednotlivým oblastem činností. Dále správně uvedla, že další směřování společnosti, především v oblasti reklamy, nemá být cíleno konkurenčně, ale pro zvýšení povědomí o společnosti o činnostech vedlejších, jako například turistické a cyklostezky, in-line stezky, naučné stezky, apod.

Na závěr uvedla příklad nových kampaní, které vycházejí z nových trendů marketingové komunikace. Analýza marketingové komunikace společnosti jako celku by mohla být pro Vojenské lesy přínosná i praxi.

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

1. v práci jste uvedla, že reklamy na Lesnický den jsou soustředěné pouze na Liberecký kraj a jeho blízké okolí. Kam a jakou formou byste cílila reklamní kampaň?
2. V závěru práce jste navrhla kampaně vycházející z nových trendů marketingové komunikace. Která kampaň by podle Vás měla nejvyšší účinnost a proč?

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

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: 3. 2. 2016

Ing. Zuzana Svobodová
vedoucí práce