

Posudek oponenta diplomové práce

Jméno studenta:
Bc. Dušan Gášek

Oponent DP:
Ing. Richard Velíšek

Ak. rok:
2013/2014

Téma DP:

Projekt marketingové komunikace produktu CZ P-09 Guardian Angel společnosti Česká zbrojovka, a. s.

Kritéria hodnocení:		Počet bodů (0 – 10)
1	Náročnost tématu práce	9
2	Splnění cílů práce	10
3	Teoretická část práce	10
4	Praktická část práce (analytická část)	9
5	Projektová část (řešící část)	9
6	Formální úroveň práce	9
CELKOVÝ POČET BODŮ (0 – 60)		56

Hodnocení jednotlivých kritérií:

ROZSAH BODŮ	SLOVNÍ VYJÁDŘENÍ
0 bodů	nesplněno (odpovídá stupni „F“ podle ECTS)
1 – 2 body	splněno pouze na úrovni základních požadavků (odpovídá stupni „E“ podle ECTS)
3 – 4 body	splněno s výraznějšími, ale ne kritickými nedostatky (odpovídá stupni „D“ podle ECTS)
5 – 6 bodů	splněno, nedostatky neovlivňují podstatně celou práci, zejména výsledky (odpovídá stupni „C“ podle ECTS)
7 – 8 bodů	splněno zcela bez výhrad (odpovídá stupni „B“ podle ECTS)
9 – 10 bodů	splněno nadstandardně

Připomínky k práci:

Z dob mých studií jsem byl velkým odpůrcem diplomových prací, které byly vytvořeny jen za účelem podmínky k udělení titulu. Práce autora Dušana Gáška je opakem těchto prací. Autor vystihnul problematiku, zaměřil se na zajímavý úkol a ve svých závěrech navrhnul několik podnětů, které jistě nezůstanou ukryté s touto prací v archívu.

Samozřejmě se ještě pohybujeme ve formátu "školní práce", která je více platná pro studijní účely, kdy se autor ponořil do problematiky a zpracoval na základě svých nabytých vědomostí práci, která má atributy profesionální práce. Několik drobných nepřesností se v práci objevuje. Nicméně cíl, tedy nastavení komunikační strategie nového produktu, práce i s drobnými odbornými i stylistyckými výtkami splňuje.

Otázky k obhajobě:

Na základě jakých informací/zdrojů byly stanoveny u multikriteriální analýze hodnoty k jednotlivým položkám? Pokud se jedná o vlastní zpracování, respektuji autorovo subjektivní hodnocení, nicméně v praxi CZUB, jelikož je zaměřena převážně na B2B komunikaci, jsou obchodní zástupci alfou i omegou úspěchu prodeje zbraní (strategie tlaku). V tabulce nerozumím hodnotě 1* u Osobního prodeje.

Vzhledem k tomu, že CZUB operuje na celosvětovém trhu, proč se autor zaměřuje s PR na oblast Uherského Brodu?

Práce splňuje kritéria pro obhajobu DP.



Práce nesplňuje kritéria pro obhajobu DP (minimálně jedno kritérium hodnoceno 0 body).



Ve Zlíně dne: 12.5.2014

.....
podpis oponenta DP