

## Hodnocení oponenta bakalářské práce

Autor práce	Tereza Gajdová		
Název práce	Marketingová a komunikační strategie nově vznikající firmy na trhu		
Obor/forma studia	MK PS	Rok	2020-2021
Autor posudku	Mgr. Ladislav Burgr		

Hodnocený parametr	Váha	Hodnocení
1 Naplnění tématu a rozsah práce	30	b
2 Nastavení cílů a metod práce	40	c
3 Úroveň teoretické části práce	50	a
4 Úroveň analytické části práce	50	d
5 Úroveň projektové části práce	50	
6 Splnění cíle práce	60	c
7 Struktura a logika textu	40	c
8 Kvalita zdrojů a práce s nimi v textu	40	b
9 Inovativnost, kreativita a využitelnost návrhů	30	d
10 Jazyková a formální úroveň práce	30	b
<b>Návrh hodnocení dle váženého průměru</b>	<b>1,82</b>	<b>C</b>

### Na práci lze ocenit (silné stránky):

- Autorsky originální poděkování FMK, kavárenským povalečkám a městu Zlínu. Mám stejné vzpomínky a zážitky 😊

### Výhrady, připomínky a náměty k práci (slabé stránky):

- Až do str. 32 se čtenář nedozví, co vlastně firma Gajmot vyrábí a prodává.
- Na str. 54 autorka v kapitole: 9 ZODPOVĚZENÍ VÝZKUMNÝCH OTÁZEK, uvádí: „... v prvním kroku svého vývoje zaměřit na internet a prodávat zboží zde ...“ Pokud si zadáte název Gajmot do google vyhledávače, hned první odkazy (ne jeden) odkazují na porn stránky. Z marketingového hlediska bych zvažoval změnu názvu firmy. Na str. 50 ve SWOT analýze mi chybí kam by zařadila autorka NÁZEV Gajmot. Slabé stránky nebo hrozby?
- Od str. 41 je špatně v textu číslování fotek a čísel u fotek. Př.: na str. 41 je text: „Konferenční stolek (obrázek č. 3)“ a na konci odst. Je tento stolek označen jako obr. č. 4.

### Otázky k obhajobě:

- Na str. 14, v kapitole 1.2.5 Public relations je uvedeno: „... Nazýváno interní veřejnost, kam spadají zákazníci, dodavatelé, akcionáři, vlastní zaměstnanci, média, vládní a správní orgány, místní komunita ...“ Kdo je tedy externí veřejnost?
- Na str. 32 uvádíte: Velikost vzorku u tohoto výzkumu je obvykle kolem desítky respondentů ...“. Ve Vašem výzkumu je jich jen 9. Proč jenom 9, čím tento malý počet byl limitován?
- Ve svém dotazníku (ot. č. 15) se ptáte jen na DM (letáky do schránek) a regionální inzerci. Proč se neptáte na jiné formy marketingové komunikace? Např. venkovní reklamu, PR, virál aj.

Ve Zlíně dne 13. 5. 2021

Podpis:

Hodnocení odpovídá stupnici ECTS:

A = 1,00-1,24, B = 1,25-1,50, C = 1,51-2,00, D = 2,01-2,50, E = 2,51-3,00, F = 3,01