

**POSUDEK VEDOUCÍHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE**

**Název práce:** Marketingová komunikace soukromé kliniky Santé

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Baginová Michaela

**Vedoucí práce:** Ing. Miroslav Albrecht, MBA

<b>Práce splňuje zadání</b>	Ano	<b>X</b>
	Ne	
<b>Aktuálnost tématu</b>	Velmi aktuální	<b>X</b>
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	
	Neaktuální	
<b>Náročnost tématu</b>	Náročné teoreticky i metodologicky	<b>X</b>
	Teoreticky náročné	
	Metodologicky náročné	
	Relativně jednoduché	
<b>Struktura práce</b>	Úplná, logická	<b>X</b>
	Úplná, logicky špatně koncipovaná	
	Neúplná, logická	
	Neúplná, logicky špatně koncipovaná	
<b>Literatura a práce s ní</b>	Originální prameny	
	Aktuální prameny	<b>X</b>
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	<b>X</b>
	Využitě pasivně, věcně správně citované	
	Nedostatečně využitě	
<b>Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)</b>	Optimální množství	
	Postačující množství	<b>X</b>
	Příliš četné na úkor textu	
	Nedostatečné	
	Organicky spojené s textem	
	Vhodné doplnění textu	<b>X</b>
	Formální bez užších vazeb na text	

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

<b>Vlastní přínos práce</b>	Formulace původních závěrů	<b>X</b>
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

## **Další hodnocení:**

Autorka v bakalářské práci podchytila velmi aktuální a citlivé téma pro danou společnost, ve které pracuje. Oblast komunikace je jednou ze slabých stránek firmy a autorka se v práci snaží identifikovat možnosti jak komunikaci společnosti zlepšit. Díky omezenému rozsahu bakalářské práce není bohužel možno realizovat podrobnější analýzy, které by lépe napomohly řešení této problematiky a proto nelze některá doporučení a závěry udělat kvalifikovaně s velkou podporou právě těchto analýz. Problematika by si tak zasloužila hlubší rozpracování buď v diplomové práci, nebo jako samostatný projekt tak, aby závěry a doporučení mohly sloužit pro zlepšení marketingové komunikace firmy Santé.

## **Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:**

V závěrech autorka zmiňuje jako vhodné zavedení CRM, Jak by toto CRM mělo vypadat a jak by mělo být využito pro podporu marketingové komunikace?

## **Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:**

Jak by autorka definovala hlavní cíle marketingu a zejména marketingové komunikace pro další období, tak aby splňovaly požadavky na tvorbu cílů?

## **Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:**

V teoretické části je zmiňováno tzv. „Word of mouth“. Je s tímto aspektem pracováno a má vliv na pozitivní nebo negativní vnímání společnosti Santé?

## **Ostatní otázky vztahující k tématu práce:**

<b>Klasifikace</b>	výborně	<b>X</b>
	velmi dobře	
	dobře	
	nevyhovující	

**Datum: 04.06.2014**

\_\_\_\_\_  
**Podpis vedoucího práce**

**VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, O.P.S.**

info@vsem.cz, www.vsem.cz