

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

## POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

**Název práce:** Marketingová komunikační kampaň pro společnost Novum Global a.s.

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Pelej Adam

**Vedoucí práce:** Mgr. Bohumil Kartous, Ph.D.

|   |   |          |
|---|---|----------|
| <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      |          |
|   | Teoreticky náročné                      |          |
|   | Metodologicky náročné                   | <b>X</b> |
|   | 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                      | <b>X</b> |
|   | Aktuální prameny                        | <b>X</b> |
|   | Zastaralé prameny                       |          |
|   | Aktivně využité, organicky zapracované  | <b>X</b> |
|   | Využitě pasivně, věcně správně citované |          |
|   | Nedostatečně využité                    |          |
| <b>Vybavení práce (tabulky, grafy, přílohy)</b> | Optimální množství                      | <b>X</b> |
|   | Postačující množství                    |          |
|   | Příliš četné na úkor textu              |          |
|   | Nedostatečné                            |          |
|   | Organicky spojené s textem              |          |
|   | Vhodné doplnění textu                   |          |
|   | Formální bez užších vazeb na text       |          |

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz

# 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:

Práce vychází z reálné situace konkrétní firmy a její autor se snaží jednak prokázat, že porozuměl teoretickému rámci, v němž se pohybuje, především ale klade důraz na praktickou využitelnost závěrů a doporučení. V tomto ohledu dobře naplňuje představu o způsobu zpracování závěrečné práce profesně orientovaného bakalářského studia.

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

Popište prosím v několika větách specifika marketingu vybrané firmy a segmentu, v němž se pohybuje. Uveďte a zdůvodněte nejsilnější marketingový nástroj.

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

Popište, jakým způsobem by mohla vybraná firma dosáhnout většího podílu na trhu? Kde přesně vnímáte slabiny konkurence?

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

## Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

|                           |                         |          |
|---------------------------|-------------------------|----------|
| <b>Výsledné hodnocení</b> | doporučuji k obhajobě   | <b>X</b> |
|                           | nedoporučuji k obhajobě |          |

Datum: 13.06.2024

\_\_\_\_\_  
Podpis vedoucího práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz