Česká zemědělská univerzita v Praze
Provozně ekonomická fakulta

Posudek oponenta bakalářské práce

Název práce	**Efektivita nástrojů podpory prodeje vybrané společnosti**
Student	**Martin Kubelík**
Vedoucí práce	**doc. Ing. Aleš Hes, CSc.**
Oponent	**Mgr. Lenka Adámková**

Formulace cílů práce a metodika zpracování	A	**B**	C	D
Práce s daty a informacemi	A	**B**	C	D
Celkový postup řešení	**A**	B	C	D
Členění práce (kapitoly, podkapitoly, odstavce)	**A**	B	C	D
Práce s odbornou literaturou (citace, norma)	**A**	B	C	D
Úroveň jazykového zpracování	**A**	B	C	D
Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	A	**B**	C	D
Formální zpracování – celkový dojem	**A**	B	C	D
Splnění cílů práce, závěry práce a jejich formulace	A	**B**	C	D
Souhrn a klíčová slova odpovídají obsahu práce	**A**	B	C	D

Celkové hodnocení práce známkou **1**

Hodnocení: 1 = nejlepší

Datum 09. 04. 2015

.....

podpis oponenta práce

Odůvodnění hodnocení a celkové shrnutí (povinné, minimálně 500 znaků):

V úvodu práce autor stručně naznačil obecnou situaci v oblasti efektivity nástrojů podpory prodeje, čímž stručně vymezil rámec tématu bakalářské práce. V teoretické části pracoval s velkým množstvím informačních zdrojů zaměřených na marketingovou komunikaci a podporu prodeje. Analytická část práce obsahuje čtyři druhy analýz. Některá tvrzení v analytické části práce jsou výsledkem autorova názoru, nikoliv podložených tvrzení, občas ho sám autor vytváří. Některé tabulky považuji za složité, navrhovala bych je umístit do přílohového aparátu. Na text navazuje řada zkratek, které jsou sice vysvětleny, ale ztěžují plynulost čtení analytické části. Autor uvádí zajímavé momenty v ukázce a rozboru kampaně na podporu prodeje a dospěl v ní k zajímavým výsledkům. Ve zhodnocení výsledků je navázáno na výsledky analýz, své návrhy na efektivitu analyzované kampaně však pojal autor více v obecně rovině.

Formální stránka práce je na dobré úrovni.

Práci doporučuji k obhajobě.

Otázky k obhajobě (minimálně 2 otázky):

1. Celkovou úspěšnost kampaně TIP měsíce, a to ve smyslu obchodního a stejně tak i z pohledu ekonomického výsledku, pak lze dosáhnout (dle autorova tvrzení str. 55) následujícími způsoby: zvolením ideálního načasování, souběhem s větší ATL/BTL kampaní, soutěž pro zákazníky/prodejce, zpětný bonus.. z jakých dat bylo pro uvedené tvrzení čerpáno?

2. Jaký byl názorový posun společnosti Samsung Electronics, mezi lety 2010 až 2014 na to, kam se posunula efektivita vybrané aktivity podpory prodeje?

3. Jakou šanci na realizaci mají doporučení pro zlepšení navržena ve zhodnocení výsledků v závěru bakalářské práce?

Datum 09. 04. 2015

.....

podpis oponenta práce