

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

POSUDEK Oponenta ZÁVĚREČNÉ PRÁCE

Název práce: Event marketing ŠKODA AUTO a.s., Středního odborného učiliště strojírenského

Typ práce: Bakalářská práce

Jméno studenta: Voce Daniel

Oponent práce: Dr. Mgr. Jiří Boháček

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

Vlastní přínos práce	Formulace původních závěrů	X
	Formulace závěrů kompilovaných ze zdrojů	
	Chybí formulace vlastních závěrů	

Další hodnocení:

Cílem bakalářské práce je vytvořit plán marketingových akcí ŠKODA AUTO a.s., Středního odborného učiliště strojírenského a popsat jejich realizaci s ohledem na rostoucí trend online akcí. Práce obsahuje 2 rozsáhlá dotazníková šetření. Je to dotazníkové šetření, které bylo realizováno mezi žáky 1. ročníků a další dotazníkové šetření zaměřené na specifika event marketingu školy. Spíše než obsahová analýza je proveden rozbor veřejně dostupných dokumentů školy. Doporučení jsou zformulována do konkrétního plánu marketingových aktivit učiliště, který je vhodný pro implementaci. Výtky: V části uvádějící výsledky dotazníkových šetření by se mohlo objevit několik grafů nebo tabulek. Příliš mnoho krátkých podkapitol, zkopírované obrázky, v praktické části občas chybí citace zdroje, především u popisu stávajících marketingových akcí učiliště.

Otázka č. 1 vztahující se k tématu práce:

V jakém stádiu vzhledem k současné situaci je implementace plánu marketingových aktivit učiliště?

Otázka č. 2 vztahující se k tématu práce:

Budou více preferovány online akce s příchodem mladších generací než v současnosti?

Otázka č. 3 vztahující se k tématu práce:

Ostatní otázky vztahující k tématu práce:

Výsledné hodnocení	doporučuji k obhajobě	X
	nedoporučuji k obhajobě	

Datum: 27.05.2021

Podpis oponenta práce

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU, A.S.

info@vsem.cz, www.vsem.cz