

**POSUDEK VEDOUcíHO ZÁVĚREČNÉ PRÁCE**

**Název práce:** Využití public relations ve firemní komunikaci

**Typ práce:** Bakalářská práce

**Jméno studenta:** Hypšová Kateřina

**Vedoucí práce:** Ing. Karel Friml, MBA

<b>Práce splňuje zadání</b>	Ano	<b>X</b>
	Ne	
<b>Aktuálnost tématu</b>	Velmi aktuální	
	Aktuální	
	Nadčasové-neutrální	<b>X</b>
	Neaktuální	
<b>Náročnost tématu</b>	Náročné teoreticky i metodologicky	
	Teoreticky náročné	<b>X</b>
	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	<b>X</b>
	Aktuální prameny	
	Zastaralé prameny	
	Aktivně využité, organicky zapracované	<b>X</b>
	Využité 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	<b>X</b>
	Formální bez užších vazeb na text	

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

**Další hodnocení:**

Bakalářská práce vhodně kombinuje znalosti autorky získané studiem na VŠEM a zároveň její vlastní podnikovou praxi. Výhodou je i praktická aplikace poznatků bakalářské práce do reálné praxe podniku Delor. Práce má vhodný poměr mezi teoretickou a praktickou částí. V teoretické části je provedena rešerše problematiky oblasti PR. Je provedena z dostatečného množství zdrojů, včetně cizojazyčných. V této části je však jen velmi okrajově uvedeno odvětví krejčovství a bylo by vhodné tuto problematiku více rozvést, ideálně s přesahem do PR. Autorka ovšem zřejmě narazila na nedostatek vhodné literatury k takto úzce profilovanému odvětví. Praktická část práce je už zaměřena na hlavní i dílčí cíle, které byly splněny. Je stručně popsán podnik Delor, ale především jsou popsány dosavadní PR aktivity a autorka je následně i vyhodnocuje. Zřejmá je provázanost mezi teoretickými znalostmi i praktickou analýzou prostřednictvím PENCILS struktury. Praktická část je pak výzkumně opřena o strukturované rozhovory s odborníky v rozdělení PR agentury, podobný (konkurenční) podnik a zástupce mainstream fashion Marks and Spencer. Tyto rozhovory pak využívají komparaci a syntézu a z nich jsou kompilována doporučení. Tato doporučení jsou základem PR strategie na další období, čímž je splněn i hlavní cíl práce. Práci hodnotím jako velmi dobrou. Pro výbornou by bylo potřeba více rozpracovat cestu vedoucí ke stanovení PR strategie. Tento detail by se měl dále opírat o zpracování výstupů mediálních softwarů, časové řady a jejich statistické a mediální analýzy. A zároveň bych doporučil více rozpracovat doporučení pro další období. Obecně je práce ovšem povedená, kladně hodnotím její provázanost na praxi autorky a využití do budoucna. Mnoho firem podobně velkého rozsahu, řeší svoji marketingovou i PR komunikaci více emočně a mnohem méně odborně. Pokud tato práce přinese společnosti Delor více strategického plánování v oblasti PR a to jak obsahově, tak rozpočtově, nelze než její výsledek pozitivně kvitovat. Dokonalosti ovšem chybí odbornější rozpracování za využití specializovaných softwarů a dat.

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

Více popište trh krejčoviny a jeho vývoj, viz. kapitola 2.8. Jaké trendy v oboru ve vztahu k PR lze v současné době popsat?

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

Jak byste více popsala novou PR strategii Delor? Pokud nastoupíte na pozici PR manažerky do Deloru, jaké budou Vaše první kroky?

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

Jaké jsou klady a zápory strukturovaných rozhovorů s odborníky? V čem byly specifické rozhovory, které jste vedla?

**Ostatní otázky vztahující k tématu práce:**

# VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMIE A MANAGEMENTU

Nárožní 2600/9a, 158 00 Praha 5

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

**Datum: 10.06.2016**

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