

Univerzita Pardubice, Dopravní fakulta Jana Pernera

Oponentský posudek diplomové práce

Název diplomové práce: Marketingová komunikace vybraného autobusového dopravce v České republice
Autor práce: Bc. Tomáš Pirkkl
Oponent: Mgr. Eva Krejčí

Hodnocení práce

Přístup studenta k zadanému úkolu, zvolený postup řešení z hlediska současných metod:

Diplomová práce je v teoretické části zaměřena na definování pojmu marketingová komunikace, sleduje jednotlivé přístupy k efektivnímu využití tohoto marketingové nástroje. Autor tuto část pojmul poměrně komplexně a pracoval s více zdroji. V praktické části využil metodu dotazníkového šetření na vzorku 400 respondentů. Následně se pokusil získané údaje analyzovat, segmentovat a navrhl i řešení pro zlepšení marketingové komunikace vybraného autobusového dopravce, společnost FlixBus CZ s. r. o.

Dosažené výsledky, jejich správnost a možnost praktického využití:

Autor diplomové práce se pokusil o poměrně detailní dotazníkové šetření, za zbytečné považují přepis výsledků odpovědí na jednotlivé dotazy. Naopak analýza výsledků by zasloužila podrobnější zpracování a vyhodnocení. Působí to tak, že autor vypracoval dotazník, aniž by jím sledoval konkrétní cíle, ale spíše zahrnul co možná nejvíc oblastí. Oceňuji, zejména to, že segmentoval cílové skupiny dle znalosti a využívání daného dopravce a navrhl konkrétní marketingovou skupinu s ohledem na preference a zájmy respondentů.

Jak práce odpovídá normám, zákonným ustanovením a předpisům:

Diplomová práce odpovídá normám i platné legislativě.

Formální náležitosti (přehlednost, úprava apod.):

Diplomová práce by zasloužila větší strukturovanost, přehlednost, doporučovala bych výraznější využívání vhodných grafů. Dále je třeba sjednotit terminologii street promo versus streetpromotion atd. Občas se vyskytují pravopisné chyby - standardní. Pojem bipolární je používán v nesprávném kontextu atd.

Obsahuje práce originální řešení vhodné pro autorské osvědčení, patent apod.? NE

Připomínky a dotazy k práci:

Diplomová práce je nevyrovnaná, teoretická část je zpracována v rámci běžného standardu, část věnující se výzkumu formou dotazníkového šetření vypovídá o částečné bezradnosti autora, k jakým výsledkům se dobrat. Konkrétní návrhy v závěru práce oceňuji a pozitivně hodnotím kreativitu autora a snaze využít moderní nástroje marketingové komunikace.

Práci klasifikuji stupněm: C - velmi dobře

V Praze dne 11. 8. 2021

.....