

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2013/2014

**Jméno studenta:** Martin Beneš  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Event marketing

**Hodnotitel – vedoucí práce:** Ing. Lenka Králová, Ph.D.

**Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)**

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Do Portálu ZČU byl zadáný tento výsledek kontroly plagiátorství<sup>1</sup>:**

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhují klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>2</sup>

**nevyhověl**

**Stručné zdůvodnění navrhaného klasifikačního stupně:<sup>3</sup>**

Na první pohled práce odpovídá požadavkům kladeným na bakalářské práce, po bližším zkoumání jsem však odhalila několik závažných nedostatků. V podstatě celá teoretická část je zpracována převážně pouze na základě jediné publikace (Šindler), přičemž tato není součástí seznamu literatury na konci práce, je však v textu práce správně uváděna jako zdroj. To je hlavní důvod, proč práci hodnotím stupněm nevyhověl. Student nemá ujasněny základní marketingové pojmy a principy, když například na straně 14 píše, že cílová skupina nemůže být oslovena direkt mailem, ale zároveň na následující straně tvrdí, že "...direkt mail slouží event marketingu jako hlavní pomocník v budování silných vztahů...". Výstupy SWOT analýzy nejsou podloženy předchozími komentáři a příležitosti nejsou formulovány správně. Podobně nejasná je realizace elektronického dotazníkového šetření, zejména



s ohledem na to, že jeden dotazník byl cílen na ty, kteří již Hudební rej v minulosti navštívili. Není zmíněna ani metodika výzkumu, ani cíle, ani jeho předpoklady. Student při plánování akce nezapomíná na řadu důležitých skutečností, jako např. dohoda s hasiči o přítomnosti na festivalu, nabídnuté balíčky pro sponzory apod., ale tyto úvahy nejsou dále rozpracovány a není ani zřejmé, z jakých podkladů vychází odhad finančních nákladů, odhad příjmů není proveden vůbec.

#### Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>4</sup>

1. S ohledem na marketingovou teorii, která říká, že příležitosti by měly vycházet z vnějšího prostředí, upravte tabulku faktorů SWOT analýzy.
2. Vysvětlete, jak jste pomocí elektronického dotazování oslovoval respondenty, kteří již uvedený hudební festival navštívili, a cílovou skupinu, jak ji popisujete na straně 43.
3. Na straně 57 uvádíte, že by se firma měla více zaměřit na propagaci podmínek vstupného. Neměla by se však zaměřit zejména na propojení svého vlastního jména a festivalu, jak například popisují definice na straně 11? Jakým způsobem by to mohla provést? Využít můžete vaši myšlenku - poslední řádek str. 57.

V Plzni, dne 22. května 2014

*Kučerová*  
Podpis hodnotitele

#### Metodické poznámky:

<sup>1</sup> Označte výsledek kontroly plagiátorství, který jste zadal/a do Portálu ZČU a odůvodněte níže při odůvodnění klasifikačního stupně.

<sup>2</sup> Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

<sup>3</sup> Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

<sup>4</sup> Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz [www.fek.zcu.cz](http://www.fek.zcu.cz)). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).