

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2013/2014

**Jméno studenta:** **Martin Beneš**  
**Studijní obor/zaměření:** **Management obchodních činností**  
**Téma bakalářské práce:** **Event marketing**  
**Hodnotitel – oponent:** **Ing. Petr Janeček**  
**Podnik – firma:** **FEK ZČU**

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

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

	1	2	3	4	N
A)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**velmi dobře**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>**

Předložená práce se zabývá event marketingem. Práce je členěna na teoretickou a praktickou část. V teoretické části se vyskytuje mnoho odstavců, které svým rozsahem nenaplnují zcela svůj význam. Nadpis jednotlivých kapitol není součástí následného textu (str. 34 - Cena). Teoretická část práce popisuje velice důkladně vztah event marketingu k jednotlivým nástrojům marketingové komunikace. Také kladně hodnotím grafické znázornění některých složitějších vztahů. V některých pasážích užívá autor pojmu propagace místo marketingová komunikace. Pro teoretický přehled by bylo vhodné použít více zdrojů literatury (str. 28). Na straně 33 postrádám citační odkaz. V práci se vyskytují gramatické chyby a překlepy (str. 23, 33, 36, 37, 39, 42). Autor měl více využívat akademického stylu psaní (str. 30, 35, 49). U podkapitoly 5.1.2 Strategie společnosti se nejedná o strategii. Chybí zde komentář autora, který by vysvětlil, že firma nesprávně využívá pojmu strategie a možná neví, jak má strategie vypadat. V praktické části práce bych uvítal více rozpracovat analýzu SWOT. Při vyhodnocování dotazníkového šetření bylo využito velice stručných komentářů a v některých grafických znázorněních dochází k nejednotnosti uvádění jednotek (str. 42). U komentáře obrázku č. 7 autor zřejmě zaměnil výsledky. V dotazníkovém šetření bylo využito nepřesného vyjadřování (str. 46 - kapely, západočeský



kraj). I přes uvedené nedostatky prokázal autor, že se v problematice event marketingu orientuje a práce splňuje požadavky kvalifikačního stupně velmi dobře.

### Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>

V kapitole 6.4. je navržena distribuce 2000 letáků, jak jste přišel k tomuto číslu a jakým způsobem, komu a kde bude distribuce probíhat?

Stručně definujte pojem "strategie firmy" a vysvětlete z čeho se skládá.

Rozšiřte stávající SWOT analýzu.

V Plzni, dne 12.5.2014

Podpis hodnotitele

#### Metodické poznámky:

<sup>1</sup> Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

<sup>2</sup> Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

<sup>3</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).