

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2016/2017

Jméno studenta: Barbora Burianová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Marketingová komunikace vybrané společnosti
Hodnotitel – oponent: Ing. Karolína Ptáčková
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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Hlavním cílem předložené bakalářské práce je analýza marketingové komunikace vybrané společnosti a předložení návrhů pro optimalizaci této oblasti, což je součástí části praktické. Cíl byl posléze naplněn. Část teoretická se zabývá nejen marketingovou komunikací, ale také marketingovým výzkumem. Práce je vhodně členěna do kapitol a podkapitol, avšak třetí úroveň nadpisů se bohužel nezobrazila v Obsahu. Práce je velice čtivá a byla sepsána za využití řady zdrojů. Co se týče gramatiky, musím poukázat na drobnou nesrovnalost týkající se skloňování podstatných jmen středního rodu „ta východiska, ta opatření, ta média...“. Celá práce je podpořena řadou obrázků a tabulek. Na ty však není v mnoha případech v textu odkázáno. Velice vhodně je popsána činnost vybrané společnosti, kladně hodnotím zejména správné stanovení vrstev produktu či velice přehledné srovnání vybrané společnosti s jejími konkurenty v oblasti marketingových aktivit (Tabulka 2) včetně výstižného komentáře. Za správné považuji i zařazení podrobnějších, avšak též zajímavých informací do Příloh práce. Hůře hodnotím dotazník sestavený pro účely analýzy. Mnoho otázek je dle mého názoru "zbytečných" - autorka v poslední části práce týkající se doporučení pro společnost navazuje jen na několik z nich. V souvislosti s touto kapitolou je dále nutné podotknout, že na začátku si autorka

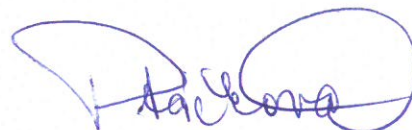
zvolila cílovou skupinu (45-55 let), avšak první doporučení se týká využití venkovní reklamy (která jistě necílí pouze na tuto skupinu lidí), využívání sociálních sítí (což je zajisté cílení na mladší věkové skupiny) a využití tematických lekcí (kde sama autorka mluví o cílení na osoby do 34 let viz s. 71). Na druhou stranu musím uznat, že uvedená doporučení jsou velice nápaditá. Autorka svoje návrhy podpořila i průběžným rozpočtem. Vhodnou součástí kapitoly by dále mohla být tabulka s celkovým rozpočtem, který by měla společnost za určité období se zahrnutím konkrétních návrhů vynaložit.

I přes zmíněné nedostatky a vzhledem k velice dobře propracované analýze dosavadních komunikačních aktivit podniku (vyjma zmíněného dotazníků) navrhuji uvedenou práci ohodnotit klasifikačním stupněm "výborně".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Jsou všechna Vámi navrhovaná opatření pro vybranou společnost akceptovatelná?

Jaké konkrétní prvky marketingové komunikace byste zařadila do mixu pro cílovou skupinu 45-55 let?



Podpis hodnotitele

V Plzni, dne 26.5.2017

Metodické poznámky:

¹ Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

² Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

³ 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). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).