

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2011/2012

Jméno studenta: Markéta Kubíková
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Marketingový plán vybrané chráněné dílny
Hodnotitel – oponent: Ing. Jan Petryl
Podnik – firma: Západočeská univerzita v Plzni

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

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (řešeršní 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Téma, které autorka v předkládané práci řeší, je velmi zajímavé a důležité. V práci je jasně patrné osobní zaujetí autorky pro danou problematiku, i její snaha vybrané organizaci pomoci, což hodnotím velmi pozitivně. Čtenář se však ve vypracovaném dokumentu setkává s dílčími nedostatky, které celkovou úroveň práce, bohužel, snižují. Pro příklad je možné uvést tyto: ačkoli autorka definuje makroprostředí jako externí, téměř neovlivnitelné, v jeho analýze pak rozebírá vnitřní vybavení podniku; rozbor nástrojů marketingového mixu je prezentován až po analýze SWOT; v analýze interního prostředí není věnována pozornost vzhledu provozovny ("physical evidence"), který je pro tento typ zařízení velmi důležitý; není patrné, jaké jsou např. trendy ve vývoji tržeb a též ostatní finanční ukazatele nejsou zmíněny; analýza marketingového mixu jako takového nejde do hloubky. Ačkoli je v jedné z kapitol pojednáno o náležitostech cílů, autorkou navrhovaná opatření je však nereflktují. V dotazníkovém šetření nejsou patrné základní charakteristiky souboru respondentů (zejména chybí zmínka o jejich počtu atd.). Problémy jsou i v prezentaci získaných dat. Navrhovaná opatření jsou někdy též diskutabilní (je skutečně reálné, aby pro vylepšení image kavárny – zejména ve srovnání s pravděpodobně nejoblíbenějšími podniky, jako jsou CrossCafé apod. – stačily

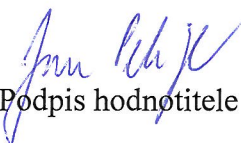


neprofesionálně zpracované plakáty/letáky? Velmi kladně hodnotím to, že autorka práce skutečně prakticky realizovala některá opatření, která měla za cíl kavárně pomoci (beseda, káva s sebou, ...), dále např. i návrh věrnostního programu. Ten je však opět jen zmíněn, a nenásleduje ani základní finanční analýza problému (lze každou desátou kávu nabízet zdarma i při již tak relativně nízkých cenách?). Celkově tak nemohu navrhnout lepší výsledné hodnocení než dobré.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

1. Pokuste se, prosím, blíže vysvětlit cíle na straně 32(i s pomocí pravidla SMART) a načrtnout jejich finanční (popř. jiné) charakteristiky.
2. Existují i další klíčové segmenty zákazníků (nejen z řad studentů), které by bylo vhodné oslovit? Pokud ano, jak?
3. Vysvětlíte, prosím, text ze strany 32: "Marketingové cíle je možné charakterizovat jako psychografické - navazující na špatně pozorovatelné procesy, které probíhají u kupujících; a ekonomické, které jsou měřitelné podle tržních transakcí."

V Plzni, dne 14. května 2012


Podpis hodnotitele

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).