# HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2017/2018  

<table>
<thead>
<tr>
<th>Jméno studenta:</th>
<th>Eliška Šibrová</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Studijní obor/zaměření:</td>
<td>Management obchodních činností</td>
</tr>
<tr>
<td>Téma bakalářské práce:</td>
<td>Návrh komunikační kampaně „Vstupte s námi do registru“</td>
</tr>
<tr>
<td>Hodnotitel – oponent:</td>
<td>Ing. Lenka Zelenka</td>
</tr>
<tr>
<td>Podnik – firma:</td>
<td>FEK ZČU</td>
</tr>
</tbody>
</table>

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

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
</tr>
<tr>
<td>N</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
<td>✗</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci jako klasifikačním stupněm: \(^1\) velmi dobře  

## Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně: \(^2\)

Předkládaná bakalářská práce je zaměřena na formulaci návrhu komunikační kampaně. Autorka nejprve v úvodu práce představuje teoretická východiska, u nichž je škoda, že se nezaměřovala pouze na tu část teorie, která je aplikovatelná do praxe s ohledem na zaměření práce (např. vzorky v podpoře prodeje na s. 13). Místy ne zcela souhlasím s autorkinými tvrzeními, bylo by vhodné je doplnit zdroji (např. s. 20 kdy uvádí, že se podstatná část "starší generace" využívání internetu vyhýbá). V praktické části autorka představila důležité aktivity ČNRDD, kterými se nechala možná až příliš inspirovat ve svém návrhu. Celkově práci hodnotím jako velmi dobrou.
Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

Proč jste zcela vynechala Instagram?

Kolik je potřeba času ze strany ČNRDD pro navrhnovanou kampaň (příprav i realizace) a jaké jsou jejich celkové náklady na kampaň (včetně propagačních materiálů apod.)?

S ohledem na cílový stav nových dárců, bude navržené občerstvení stačit?

V Plzni, dne 21.5.2018

Podpis hodnotitele