

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2018/2019

Jméno studenta: Simona Pytlíková
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Analýza marketingových nástrojů vybrané společnosti se zaměřením na komunikaci

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Michal Mičík, Ph.D.

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

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

Do Portálu ZČU byl zadaný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Studentka se v předložené práci zabývá marketingovými nástroji společnosti Lasselsberger. Rešerše literatury je na vysoké úrovni, autorka velmi dobře pracuje s odbornými zdroji. Občas je práce psaná neodborným jazykem, to ale nemá výrazný vliv na celkovou kvalitu práce. V praktické části je nejdříve představena vybraná společnost a její značka Rako, která je následně analyzována. Autorka popisuje segmentaci zákazníků vybrané značky a její marketingový mix. Následuje analýza marketingové komunikace. Této analýze nejde po věcné stránce nic vytknout, po formální a jazykové stránce lze na druhou stranu vytknout mírnou subjektivitu a místy jazykové nepřesnosti. Celkově je však tato část zpracována velmi kvalitně. Kapitola 10 měla být spíše začleněna jako podkapitola k jiné

kapitole, takto působí dost nevyváženě. Autorka v kapitole 11 hodnotí marketingovou komunikaci značky a porovnává svůj pohled s pohledem marketingové manažerky značky, což poskytuje zajímavé srovnání. Doporučení a návrhy, které autorka formuluje na konci práce, vycházejí z předchozí analýzy a mají tak reálnou šanci pomoci značce RAKO. Oba hlavní návrhy jsou navíc velmi dobře propracované. Práci přes opravdu dílčí nedostatky hodnotím jako "výbornou".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Doporučujete založení Instagramu. Jaká je situace využívání Instagramu v ČR? Využívá jej cílová skupina značky RAKO?
Přemýšlí se o implementaci Vašich doporučení?

V Plzni, dne

Podpis hodnotitele