



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

Jméno studenta: Tereza Fořtová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Marketingová komunikace vybraného podniku či instituce

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Dita Hommerová, Ph.D., MBA

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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (řešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadáný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Předložená bakalářská práce se zabývá marketingovou komunikací ve vybrané vzdělávací společnosti. Práce má jasnou strukturu a téměř ve všech bodech navazuje praktická část na teoretickou. Teoretická část je však velmi obsáhlá, a proto části, na které není navázáno, by šlo vynechat (např. koncept marketingového mixu z pohledu zákazníka či komunikační mikromodel AIDA a další). Cíl práce byl naplněn a práce odpovídá zásadám. Pro návrh opatření vedoucích k zefektivnění marketingové komunikace bylo realizováno dotazování stávajících zákazníků společnosti. V práci postrádám zmínku o pilotáži. Pro samotné vyhodnocení výsledků odpovědí 27 respondentů bych doporučila využívat spíše absolutní údaje. Zlepšující opatření z kap. 6 se týkají nejen marketingové komunikace, nýbrž i zavedení nového produktu. Autorka ve své práci inklinuje k zavádění nejrůznějších slev, nicméně chybí doložení její ekonomičnosti. Slevu nelze bez následné kalkulace dopadů paušálně doporučovat (str. 57)



"Pravděpodobně lze vyjednat skupinovou slevu...") I přes mé předchozí připomínky při odpovídající prezentaci a obhajobě práce se přikláním k hodnocení stupněm "výborně", jelikož práce odpovídá všem požadavkům kladeným na bakalářskou práci.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

1. Zkuste se zamyslet nad aktuálními dopady pandemie koronaviru na společnost, tedy konkretizovat kap. 7 Vaší práce. Případně, zda nedošlo či nedojde k přehodnocení stávající nabídky produktů společnosti.

V Plzni, dne 2.6.2020

Podpis hodnotitele