



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

Jméno studenta:	Marcela Horáčková
Studijní obor/zaměření:	Management obchodních činností
Téma bakalářské práce:	Marketingová komunikace vybrané neziskové organizace
Hodnotitel – oponent:	Ing. Dita Hommerová, Ph.D., MBA
Podnik – firma:	KMO FEK ZČU

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

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

v ý b o r n ě

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předložená bakalářská práce na téma Marketingové komunikace vybrané neziskové organizace je zpracována komplexně s dodržением všech požadavků kladených na tento typ práce. Cíl práce v úvodní části je vyjádřen poměrně široce. Kladně hodnotím teoretická východiska a použité zdroje, jsou přehledná, vhodně zvolená a autorka na ně bezezbytku navazuje v praktické části. Drobnými nedostatky práce jsou některé překlepy a chybějící odkazy na zdroje za každou přejatou pasáží. Na str. 29 je v nadpisu uvedena "publicita", přesto autorka tento odborný termín neodlišuje dostatečně od PR. Výstupy SWOT analýzy se sice evidentně promítly do navrhovaných doporučení, nicméně nejsou v rámci SWOT analýzy představeny explicitně. Velmi pozitivně hodnotím představené návrhy na zlepšení marketingové komunikace, i přesto, že se týkají pouze online komunikace. Jsou strukturované, napojené na SMART cíle, rozpočet a časový harmonogram. Výsledky práce jsou uplatnitelné v praxi a tedy přínosné. I přes výše uvedené drobné připomínky hodnotím tuto práci stupněm "výborně".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

1. Zamyslete se i nad dalšími návrhy na zlepšení v rámci marketingové komunikace (kromě online komunikace) vybrané neziskové organizace a stručně je představte.

V Plzni, dne 7.6.2020

Podpis hodnotitele