

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

Jméno studenta: Lucie Novotná
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Hodnocení přínosů eventů

Hodnotitel – oponent: doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.
Podnik – firma: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni

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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<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

Cíl práce je uveden stručně na s. 9, kde je velmi úsporný úvod práce, ze kterého není patrné, co zejména z aplikační části je skutečně práce studentky.

V teoretické části autorka popisuje marketingový mix a zařazení eventů. V následném členění eventů vychází zejména z práce Šindlera (2003). Trendy v event marketingu také uvádí úsporně na základě zdroje (Brenner, 2019). Následně se věnuje strategii eventů. Podstatná, vzhledem k zaměření práce, je kapitola přínosy eventů (od s. 26), kde bych očekával bohatší práci se zdroji a případně uvedení, jak bude teorie aplikována dál. Na s. 30 začíná kapitola metodika, kde je uvedeno, že praktická část práce je zaměřena na řešení a výsledky výzkumu, který se týká konkrétního eventů, a to festivalu Industry Open 2019. Akce proběhla již v červnu 2019, tedy před oficiálním zadáním bakalářské práce. U dotazníku je uvedeno, že byl sestaven ve spolupráci s příspěvkovou organizací Plzeň – TURISMUS, tedy nic z aplikace marketingového výzkumu a popsané teorie k eventů? U popisu sběru dat na s. 30/31 opět není informace, co je prací studentky samotné.

Kapitola řešení a výsledky začíná popisem eventů. V kapitole 3.2 je uvedeno, že celý výzkum vznikl ve spolupráci Západočeské univerzity s příspěvkovou organizací Plzeň – TURISMUS a že bylo získáno 844 dotazníků. Následuje prezentace dat jen s využitím četností a koláčových grafů, žádný pokus o další

třídění a zpracování dat. Pro studenta ekonomického oboru velmi nedostatečné. Ani spokojenost nebyla měřena aplikací nějakého obvyklého nástroje.

Následuje shrnutí strukturovaných rozhovorů s asistentkami (počet?, dokladování?). Žádná informace k organizaci, scénáři atd?

V kapitole č. 3.3 jsou uvedené přínosy festivalu. Bohužel některá vyjádření se vůbec neopírají o zjišťovaná fakta, např. "Velmi přínosná byla také účast zahraničních hostů na konferenci." "Pro zapojené firmy se participace na akci tohoto typu dá bezpochyby označit jako zajímavá PR aktivita a event marketing." Pode čeho tak soudíte? Poznámka o finančních přínosech pro město Plzeň také nemá oporu v datech. Od s. 46 jsou návrhy na zlepšení. Z celé předchozí práce není zřejmé, proč se zde najednou popisují lokality, které nebyly předmětem práce. Následují návrhy na zlepšení vybraných součástí propagace eventů, které jsou i finančně doloženy, což považuji za pozitivní část předložené bakalářské práce.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

V práci se významně věnujete typologii eventů, jak zní její aplikace pro vámi zvolený event?

Při obhajobě je nutné objasnit vaši úlohu při sběru a zpracování dat.

Proč jste nevyužila alespoň základní znalosti ze statistiky při zpracování dat? Co jste mohla účelně aplikovat?

Jak byly realizované rozhovory?

Proč navrhuje i něco, o čem jste nesbírala data?