



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2020/2021

Jméno studenta: Tereza Kašová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Analýza marketingové strategie vybrané společnosti

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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" 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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 zadán tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

V předložené práci se studentka zabývá hodnocením marketingové strategie společnosti KARA. Struktura práce byla zvolena vhodně, jednotlivé kapitoly na sebe logicky navazují a poskytují oporu praktické části. Zajímavý obsah přináší kapitola 2, ve které studentka představuje trh s luxusním zbožím. Teoretická část je zpracována přehledně a opírá se o přiměřené množství relevantních zdrojů. Na začátku praktické části, která začíná kapitolou 3, je autorkou představena její metodika. Je zde také položena výzkumná otázka a hypotézy, které budou vyhodnocovány pomocí dotazníkového šetření. V páté kapitole je analyzován současný marketingový mix společnosti a její konkurenční prostředí. Možná by zde stálo za to zmínit i síly makroprostředí, které KARU ovlivňují. Kapitola 6 obsahuje provedené dotazníkové šetření. Zde oceňuji především práci studentky s daty, výsledky hypotéz však mohly být lépe interpretovány. V sedmé

kapitole najde čtenář matici SWOT, která je pro přehlednost důležitosti jednotlivých faktorů doplněna konfrontační maticí. Závěrečná kapitola 8 obsahuje návrhy zlepšení v MKT strategii podniku. Jediným nejasným návrhem je pro mě ten týkající se reklamy. Čtenář se totiž nedozví, jak dlouho by např. reklama běžela, kdy apod. Je proto těžké zkontrolovat autorčiny uvedené ceny. V návrhu autorka pracuje s využitím několika billboardů ve větších městech, ve výpočtech na straně 67 ale pracuje v rozpočtu pouze s jedním. Ostatní návrhy působí smysluplně a mohly by přinést požadovaný efekt. Práci lze vytknout několik nedostatků. Asi největším je časté používání neodborného (místy až hovorového) jazyka a používání neobratných spojení. Tento nedostatek je patrný hlavně v praktické části práce. Dle APA se cituje stylem "příjmení autora, rok", studentka však místy používá i křestní jména autorů, v případě více než dvou autorů se používá zkratka "a kol.". V seznamu literatury by se neměl vyskytovat hypertext. Jednotlivé nástroje MKT mixu se v angličtině píšou bez určitého členu (str. 11). Celkově se jedná o čtivou práci a na základě výše uvedeného ji hodnotím ještě jako "výbornou". Při obhajobě je však potřebné dovysvětlit hlavně nejasnosti týkající se plánované reklamní kampaně.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Jaké makroekonomické síly na společnost působí?

Jak byste interpretovala výsledky hypotéz H1, H3?

Jak byste konkrétně v komunikaci objasňovala zákazníkům "prémiovou cenu"?

Konkrétně představte, jak by mohla "běžet" reklamní kampaň.

V Plzni, dne

Podpis hodnotitele