



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2022/2023

Jméno studenta: Denisa Drmotová
Studijní program: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Marketingový mix Pilsner Urquell

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Jan Petryl, Ph.D.

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 (řešeršní 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 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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 plagiátorství:

Posouzeno

Posouzeno – podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Autorka se v předkládané práci věnuje marketingovému mixu jedné z nejpopulárnějších a nejznámějších tuzemských značek. Nejdříve je pozornost věnována teorii (marketing a marketingový mix), od str. 26 pak následuje praktická část (představení společnosti a značky a její marketingový mix), respektive vlastní výzkum. Oceňuji autorčinu aktivitu, s níž se zpracování tématu zhostila již od samého počátku, kdy v rámci konzultací formulovala možné směry, kterými se vydat (např. výkup plechovek/recyklace v rámci distribuce). Ačkoli praktická část obsahuje "metodicky klasický" dotazník, jeho výsledky jsou velmi zajímavé. Je škoda, že výzkum nebyl dán i přes rozdíly v jednotlivých metodikách do kontextu metaanalýzy dalších dotazníků (jiné absolventské práce, výzkumy agentur apod.). S ohledem na rozpočty a úroveň aktivit značky je výzvou přijít s opravdovou novinkou. Autorka přesto formulovala dva možné směry (které by si však zasloužily detailnější zpracování), s jejichž pomocí by se podle ní značka mělo dařit zůstat u zákazníků jako "top of mind". Pozitivně hodnotím i tzv. slepý test. Byl proveden již na úplném konci,



kdy již nezbývalo mnoho času na dokončení práce. Tématem do diskuse je zvolení konkurenční značky pro porovnání (a zda by test dopadl jinak např. s 12 st. ležákem Lobkowicz), přesto je to velmi zajímavé zpestření výzkumu. Otázkou do diskuse také zůstává, co pro spotřebitele v konečném důsledku znamená kvalita piva Pilsner Urquell a do jaké míry je ve skutečnosti ovlivněn marketingovou komunikací (a proč). Tyto otázky, respektive odpovědi na ně, by si v práci zasloužily více prostoru, protože řada konkurenčních značek chutí svého piva cílí právě na Pilsner Urquell. Práci celkově hodnotím jako velmi dobrou.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

1. Proč je podle vás důležité i u tak zavedené značky jako je Pilsner Urquell vystavovat zákazníkům opakovaně připomínací reklamě?
2. V jaké fázi je nyní záměr zpětného výkupu plechovek od piva v ČR a jak je tato možnost vnímána ze strany spotřebitelů?
3. V práci navrhujete využít PoS materiálů. I s ohledem na Váš výzkum přímo v maloobchodních jednotkách – co je možné považovat za prvek, kterým by se PoS materiály mohly odlišit od konkurence, popř. od své vlastní podoby v minulosti?

V Plzni, dne 19. 5. 2023

Podpis hodnotitele