

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

Jméno studenta: Nikol Hážová
Studijní obor/zaměření: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Marketingová komunikace vybraného podniku

Hodnotitel – oponent: Magistra Liuba Turchyn, Kandidát ekonomických věd
Podnik – firma: FEK ZČU

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 (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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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

Cílem této bakalářské práce je poskytnout přehled o marketingové komunikaci ve specifickém prostředí trhu B2B, zhodnotit marketingovou komunikaci vybrané společnosti a navrhnout doporučení pro další praxi v oblasti marketingové komunikace. V teoretické části autorka představila teoretický úvod do problematiky, který zahrnuje charakteristiku trhu B2B a rozdíly mezi trhy B2B a B2C. Dále byl zkoumán marketingový mix (4 P) specifický pro prostředí B2B, včetně produktu, ceny, distribuce a propagace, a jsou rozebrány jednotlivé nástroje marketingové komunikace z pohledu trhu B2B. Následně autorka uvádí metodiku výzkumu, včetně stanovení cílů výzkumu, výzkumných otázek, použitých metod a postupu zpracování dat. V praktické části práce v kapitole 3 autorka představila společnost Integrated Micro-Electronics Czech Republic s.r.o., jejíž marketingová komunikace na trhu B2B je předmětem této práce. V kapitole 4 autorka uvádí analýzu trhu, marketingový mix společnosti a aktuálně využívané nástroje marketingové komunikace společnosti. V kapitole 5 uvádí návrhy pro další praxi společnosti v marketingové komunikaci. Doporučení navržená autorkou jsou zcela praktická a reálná pro implementaci v této společnosti.

Bakalářskou práci považuji za dobře zpracovanou z teoretického a praktického hlediska. Práce je systematicky a přehledně členěna do několika kapitol. V práci představena vhodná literární rešerše, která

obsahuje vysoké procento použitých zahraničních zdrojů. Hodnotím tuto bakalářskou práci známkou výborně.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Jaké jsou hlavní klíčové nástroje marketingové komunikace na trhu B2B a jsou vhodné pro všechny firmy na trhu B2B? Zdůvodněte svou odpověď.

V Plzni, dne 24.5.2024

Podpis hodnotitele