

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2012/2013

**Jméno studenta:** Tereza Formánková  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností - MOS  
**Téma bakalářské práce:** Využití nástrojů marketingového mixu vybrané firmy na B2B a B2C trzích

**Hodnotitel – oponent:** Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.  
**Podnik – firma:** ZČU - FEK - KMO

<b>Kritéria hodnocení:</b>	<b>(1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>N</b>
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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) 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**velmi dobře**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>**

Autorka ve své práci provedla velmi zdařilou analýzu nástrojů marketingového mixu ve vybrané firmě. Analýza je provedena v hloubce dostatečné pro bakalářské práce, autorka se zaměřuje jak na spotřebitelský trh - B2C, tak na trh firemní - B2B. Použité metody jsou vhodné, z práce je zřejmé, že autorka zkoumanou firmu a její trhy dokáže posuzovat komplexně.

Nicméně v práci nenacházím vymezení cíle práce, ten lze samozřejmě dovodit ze zásad práce a popisovaného postupu zpracování práce v úvodu. Z práce je zřejmé, že autorka měla zřejmý cíl své činnosti, nicméně tento není explicitně vyjádřen.

Další připomínku mám ke struktuře kapitol práce - kapitoly kratší než jedna stránka jsou nevhodné (např. kap. 5), stejně tak podkapitoly bez následníků (např. 10.2.1) v podstatě nemusí být podkapitolami. Toto měla autorka lépe promyslet.

Další slabší stránkou práce jsou gramatické chyby, zvláště ve shodě podmětu s přísudkem, a to především v částech práce, u kterých neměla autorka podporu sekundárních či jiných zdrojů. Tyto v podstatě zbytečné chyby snižují hodnotu práce.

Pozitivní je využití dotazníkového šetření (on-line), které autorka i poměrně zdařile interpretuje. Oceňuji i aplikaci Porterova modelu.

V závěrečných částech práce autorka navrhuje opatření, která by měla zlepšit využívání marketingových nástrojů ve firmě. Zde by bylo přínosné návrhy zaznamenat do časové osy (vytvořit harmonogram realizace) tak, aby návrhy byly snáze aplikovatelné. Dílčí dotazy k návrhům viz níže.

I přes výše uvedené připomínky navrhuji práci hodnotit stupněm velmi dobře, přestože např. chybějící definice cíle práce patří k připomínkám naprosto zásadním, avšak oceňuji širší provedené analýzy a pravděpodobný praktický dopad práce.

### Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>

Bude firma některé z Vašich návrhů realizovat?

K rádiové reklamě - kdy by měla kampaň probíhat a proč?

K účasti na veletrhu, rádiové reklamě, letákové kampani - jak by se prakticky dal změřit dopad těchto kampaní do tržeb firmy?

V Plzni, dne 3. září 2013

  
Podpis hodnotitele

---

#### Metodické poznámky:

<sup>1</sup> Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

<sup>2</sup> Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

<sup>3</sup> Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz [www.fek.zcu.cz](http://www.fek.zcu.cz)). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).