

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2012/2013

Jméno studenta: Marek Čech
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Plán marketingu na internetu pro konkrétní firmu

Hodnotitel – oponent: Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.

Podnik – firma: ZČU - FEK - KMO

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 (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 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 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

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Autor se v předložené bakalářské práci zabývá vytvořením "plánu marketingu na internetu" (velmi neobvyklé spojení) vybraného zpravodajského serveru (mírně se takto odchyluje od zásad/názvu práce, avšak z podstaty věci je toto nepodstatné, neboť na webové portály je v tomto případě třeba pohlížet v podstatě jako na SBU s vlastními plány, marketingovými cíli a podobně).

Autor předkládá poměrně rozsáhlou práci, přičemž teoretický vstup tvoří pouze menší část práce, avšak v podstatě neřeší teoretické pozadí plánování marketingových aktivit, což je však v jedné konkrétní podobě konečným cílem práce.

Autor v celé práci prezentuje poměrně dost návrhů na zlepšení, avšak například doporučení v kap. 4.6 považuji za předčasná, bylo by vhodnější všechna doporučení prezentovat po skončení analytických prací, v určitých případech až za vlastním plánem marketingu na internetu.

Za velmi významnou část práce (a především velmi přínosnou pro zkoumaný problém) považuji provedené uživatelské testování.

Navržený marketingový plán (resp. spíše jeho dílčí části, či spíše přehled marketingových strategií) považuji za zdařilý výstup práce.

celkově autor získal výborné analytické podklady, ale ne vždy jich dokázal přehledně využít. Návrhy na zlepšení jsou v práci prezentovány průběžně, a tak se logicky v konečném efektu ztrácí v analytickém textu.

Určité nedostatky má autor ve formulacích, v práci je i několik překlepů. Tyto nedostatky však vyvažují získaná data, která mohou firmě/portálu v reálu velmi pomoci. I když představený plán marketingu na internetu považují za velmi ambiciózní.

Navrhuji hodnotit bakalářskou práci klasifikačním stupněm výborně.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Je možné (obsahově, technicky, designově, funkčně), aby analyzovaná stránka mohla naplňovat tolik MDA jejich návštěvníků - viz kap. 3.4? Nebylo by možné MDA zobecnit tak, aby platila pro všechny (většinu) cílové skupiny?

Některé z Vašich návrhů se týkají "Kalendáře akcí". Existuje na Vysočině webová stránka, která již nyní obsahuje velké množství z regionu? Bylo by možné uvažovat o nějakých dalších partnerstvích v této oblasti?

Taktéž zmiňujete (str. 70) možnost nákupu článků. Existuje zde nějaké riziko?

Na čem je závislý úspěch strategie "Partnerům dveře otevřeny"?

Navrhujete celkově v podstatě až čtyřnásobný nárůst obrátu během osmi měsíců, spojený s významným růstem nákladů. S firmou jste v úzkém kontaktu. Je plánováno využití Vašich návrhů?

V Plzni, dne 30. května 2013


Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹ Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

² Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

³ 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). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2012/2013

Jméno studenta: Pavlína Vokurková
Studijní obor/zaměření: MOČ
Téma bakalářské práce: Marketing města Nepomuk

Hodnotitel – oponent: Ing. Lenka Čechurová
Podnik – firma: FEK ZČU

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 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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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

Předkládaná bakalářská práce se zabývá marketingem města Nepomuk. Toto město neprve autorka představila a dále se věnovala jeho marketingovému mixu. V části týkající se marketingového mixu je několik nedostatků - cena je vymezena pouze teoreticky, chybí převedení do praxe města; u teorie komunikace jsou rozebrány jednotlivé kanály, praktická část toto dělení nerespektuje; u kapitol 3.2.6 a 3.2.7 je něco jiného uvedené v teorii a praxi. Text místy připomíná reklamní materiál např. "je vybaven krásným rustikálním nábytkem" nebo "sehnat různé dárky a přitom se zahřát medovinou". V kapitole 3.4 autorka popisuje strategický plán města aniž by komentovala přínosy či nedostatky plánu. SWOT analýza není dostatečně zpracovaná, ne veškeré informace jsou obsaženy či vysvětleny v práci (např. málo účinná propagace - na základě čeho je takto posouzena?), ty samé body se objevují ve slabých stránkách i hrozbách (např. pracovní příležitosti, stav komunikací apod.) některé lze najít i ve 3 kategoriích SWOT analýzy. Velká část příležitostí a hrozeb nevyhází z vnějšího prostředí jak definuje v úvodu. SWOT je nic neříkající, nepřesně zpracovaná, nevyplývají z ní žádné závěry, nejsou rozpracované výstupy. Výsledky dotazníkového šetření jsou ve formě konstatování výsledků bez přidání hodnoty, často jsou informace duplikovány - obrázky a text obsahují totožné

informace, není nutné uvádět obojí. Některé grafy jsou úplně zbytečné např. prezentování výsledků typu ANO/NE (obr. č. 4, 10). Z textu není jednoznačné kdo vyplňoval otázku týkající se ubytování v Nepomuku - odpovídali rezidenti nebo ti, co do Nepomuka dojíždí z blízkého okolí jak je uvedeno v úvodu dotazníku - mají tito respondenti zkušenost s ubytováním ve městě? Na obr. 7 není jednoznačně vysvětlen rozdíl mezi jednotlivými možnostmi. Opakovaně je graf doplněn 1 pouze větou např. str. 52. Některé návrhy jsou obecné např. zkvalitnění zdravotní péče; či nejednoznačné vyznačení alespoň ještě jednoho chodníku před kruhovým objezdem - je myšlen chodník nebo přechod? Rozpracování kalkulace rozpočtu některých návrhů se autorka vyhnula konstatováním, že je to složité (str. 60). Chybí informace, zda by vůbec připadalo v úvahu financování investice 5 mil. Kč z rozpočtu města na saunu. V návrzích na zlepšení nejsou zahrnuty odpovědi ze 7. otázky dotazníku "Uvítali byste zde některý z těchto návrhů a využívali byste je". Na základě výše uvedeného hodnotím práci stupněm "dobře".


Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Jaké jsou nákupní možnosti obyvatel v Nepomuku, kteří je hodnotí jako špatné (str. 50)? Porovnejte s podobně velkým městem.

Je budova na vlakovém nádraží ve vlastnictví města?

Komentujte, zda jsou Vaše návrhy realizovatelné z hlediska finanční náročnosti?

V Plzni, dne 23.5.2013


Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹ Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

² Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

³ 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). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).