



**HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

Akademický rok 2012/2013

**Jméno studenta:** Lucie Gregorová  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Marketingový plán firmy CORTIS Consulting, s.r.o.

**Hodnotitel – oponent:** Ing. Lenka Králová, Ph.D.  
**Podnik – firma:** KMO FEK ZČU

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


Studentka si jako cíl práce vytyčila pochopení teoretických poznatků a jejich následnou aplikaci při sestavení marketingového plánu. Jedná se o široce koncipované téma, jehož naplnění v rámci bakalářské práce je relativně náročné, neboť není možné provést důkladně všechny analýzy potřebné ke kvalitnímu posouzení stávající situace a následnému stanovení návrhů zlepšujících opatření. To je případ i této bakalářské práce. Podobně i jednotlivé návrhy by mohly být konkrétnější (např. mohla studentka navrhnout postup, jakým by firma zjišťovala ceny u konkurence či mohla detailně naplánovat účast na navrhované konferenci).

Na druhou stranu je třeba ocenit, že studentka neopomněla ani nástroje rozšířeného marketingového mixu, uvádí SWOT matici s navrhovanými strategiemi, zamýšlí se nad riziky navrhovaných opatření apod.

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

1. Představte, jak konkrétně by měl přesvědčivý obchodní zástupce vzbudit důvěru u zákazníka jakožto soukromé firmy (viz str. 51). Uveďte například, jaké apely by měl využít. Zamyslete se v této souvislosti také nad tím, zda je možné potenciální zákazníky segmentovat podle předem daných kritérií.
2. Jakým jiným způsobem je možné zjistit spokojenost zaměstnanců se stávající situací ve firmě?

V Plzni, dne 13. května 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).