



## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2012/2013

**Jméno studenta:** Petra Kohlová  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností - MOS  
**Téma bakalářské práce:** Návrh komunikační kampaně prodejny Juraj Kohl  
**Hodnotitel – oponent:** Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.  
**Podnik – firma:** ZČU-FEK-KMO

**Kritéria hodnocení:** (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (rešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Přístup autora k řešení problematiky práce
- O) Celkový dojem z práce

1	2	3	4	N
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<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>**


Předložená bakalářská práce řeší konkrétní problematiku malého podniku v oblasti komunikace. K teoretické části nemá významnějších výhrad, oceňuji využití více titulů zahraniční literatury. Formálně nacházím určité chyby - např. neuvedená kapitola o SWOT analýze, kapitola 6.1 bez následující kapitoly 6.2, autorka se též nevyvarovala gramatických chyb. Pozitivně hodnotím provedený primární průzkum, z jehož výsledků se autorka snažila vycházet při svých návrzích, nicméně prezentaci výstupů ankety nepovažuji za zcela šťastnou, autorka se nesnaží nacházet vzájemné vazby mezi odpověďmi na různé otázky, stejně tak bývá vhodnější nečlenit výsledky šetření dle jednotlivých otázek. Formulované návrhy jsou velmi konkrétní s jasným finančním rozpočtem. Nicméně v návrzích mi chybí stanovení jasného rámce pro komunikační kampaň (viz kap. 3 v teorii), takže jednotlivé návrhy vypadají nepropojené. Autorka se měla podle mého názoru zaměřit více na aktivity podporující zvýšení povědomí o firmě, které je nízké (viz výstupy ankety).



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

Pokuste se stručně charakterizovat hlavní cílové skupiny (cílovou skupinu) komunikační kampaně firmy a přiřadit jim odpovídající komunikační aktivity (jako návodný příklad uveďte: kolemjdoucí - výloha, vývěsní štít).

V Plzni, dne 3.1.2013



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).