



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2012/2013

Jméno studenta: Klára Würdingerová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Návrhy na zefektivnění marketingové komunikace vybrané firmy

Hodnotitel – oponent: Ing. Jan Petrtyl
Podnik – firma: ZČU v Plzni, Fakulta ekonomická, KMO

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

	1	2	3	4	N
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	☐	☒	☐	☐	☐

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předkládaná bakalářská práce se po kvalitním teoretickém úvodu soustředí na problematiku marketingové komunikace v konkrétní organizaci — firmě, která se specializuje na prodej náhradních dílů na nákladní automobily. V práci se však vyskytují drobné formální nedostatky, např. záměna objektů (obrázek — tabulka), dílčí překlepy apod. V praktické části je pak rozebírána komunikace zkoumané firmy a částečně i konkurentů, nicméně přehlednost dokumentu by na mnoha místech mohla být lepší. Čtenář se proto mnohdy ztrácí. Segmentace by mohla být provedena detailněji, s tím souvisí i zacílení navrhované kampaně a její cíle. Plná realizovatelnost navrhované soutěže v její současné podobě je otázkou do diskuse, nicméně autorce nelze upřít snahu, zaujetí pro věc a vlastní aktivitu. Celkově práci hodnotím ještě jako velmi dobrou.



Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

1. Je možné definovat i více segmentů na základě jiných kritérií, než je v práci nastíněno?
2. Definujte cíle Vámi navrhované kampaně s pomocí pravidla SMART.
3. Proveďte základní odhad — finanční analýzu — Vámi navrhované soutěže.

V Plzni, dne 9. 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).