

**HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

Akademický rok 2012/2013

**Jméno studenta:** Laura Váchalová  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Prodejní strategie firmy Tondach

**Hodnotitel – oponent:** Ing. Dita Hommerová, Ph.D., MBA  
**Podnik – firma:** Fakulta ekonomická Západočeská univerzita v Plzni

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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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:<sup>1</sup>

nevyhověl

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

Při hodnocení předložené přepracované bakalářské práce nebylo lehké se rozhodnout mezi klasifikačním stupněm "dobře" a nevyhověla". Na str. 12 je vysvětlen princip analýzy konkurence, ale následně toto neodpovídá praktickému zpracování. V kapitole 1.6 Průběh hospodářské krize se objevuje nástin zpracování SWOT analýzy, avšak neúplný a bez výstupů do prodejní strategie. Na str. 17 jsou zaměňovány, nedostatečně definovány pojmy mtg. cíle kampaně a komunikační cíle kampaně. Celá práce působí chaotickým dojmem. Na str. 23 je graf uveden v nadpisu za období 2009-10, údaje však sahají i do roku 2011. Na str. 28 se hovoří o konečných zákaznících firmy Tondach a jsou tím myšleni ve valné míře smluvní prodejci?! Na str. 36 členění nástrojů propagace neúplné! V cíli práce i v závěru jsou zmiňovány analýzy prodejů, které však nebyly zpracovány. V návrzích na zlepšení chybí rozpočet.



**FAKULTA EKONOMICKÁ**  
Katedra marketingu, obchodu a služeb

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

Stručně představte prodejní strategii firmy Tondach.  
Vysvětlete rozdělení zákazníků firmy Tondach.

V Plzni, dne 30.8.2013

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).