

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2013/2014

<b>Jméno studenta:</b>	<b>Jana Tomanová</b>
<b>Studijní obor/zaměření:</b>	<b>Management obchodních činností</b>
<b>Téma bakalářské práce:</b>	<b>Komunikační mix vybrané firmy</b>
<b>Hodnotitel – oponent:</b>	<b>Ing. Lenka Čechurová</b>
<b>Podnik – firma:</b>	<b>FEK ZČU</b>

**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 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 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 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 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 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"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**dobře**

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

Předkládaná bakalářská práce se týká užívaných nástrojů komunikačního mixu ve společnosti Stock Plzeň - Božkov. V úvodní části autorka definuje klíčové pojmy týkající se teorie komunikace a marketingové komunikace, následně představuje vybranou společnost a provádí analýzu používaných nástrojů komunikačního mixu s důrazem na konkrétní produkt společnosti. Práci místy chybí bohatost zdrojů např. str. 15 - 17 jsou z jednoho zdroje, v kapitole 4.2 je pouze obrázek bez textu, což není vhodné. Návrh na zlepšení č. 1 je v rozporu s předchozím textem - str. 32 poslední věta, u návrhu č. 2 se autorka opírá o svůj subjektivní pocit, z něhož usuzuje, že komunikace daného nápoje není efektivní, návrh č. 4 by bylo vhodné naformulovat komplexně celý viz nejednoznačná poslední věta. Práci hodnotím spíše jako "velmi dobrou".



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

Specifikujte interní materiály, které Vám byly poskytnuty.

Považujete vodku Finlandia za přímého konkurenta vodky Amundsen (str. 34)?

Rozpracujte návrh č. 4 - precizujte zejména myšlenku v poslední větě.

Existuje statistika týkající se pití alkoholu mladistvými?

V Plzni, dne 19.5.2014

Podpis hodnotitele

**OPIS SOUHLASÍ**  
**S ORIGINÁLEM**  
Západočeská  
Fakulta ekonomická  
katedra marketingu, obchodu a služeb

---

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).