



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2013/2014

Jméno studenta:

Martin Beneš

Studijní obor/zaměření:

Management obchodních činností

Téma bakalářské práce:

Event marketing

Hodnotitel – oponent:

Ing. Petr Janeček

Podnik – firma:

FEK ZČU

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

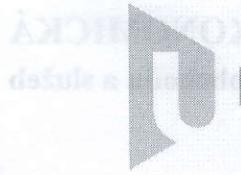
	1	2	3	4	N
A)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhoji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předložená práce se zabývá event marketingem. Práce je členěna na teoretickou a praktickou část. V teoretické části se vyskytuje mnoho odstavců, které svým rozsahem nenaplnují zcela svůj význam. Nadpis jednotlivých kapitol není součástí následného textu (str. 34 - Cena). Teoretická část práce popisuje velice důkladně vztah event marketingu k jednotlivým nástrojům marketingové komunikace. Také kladně hodnotím grafické znázornění některých složitějších vztahů. V některých pasážích užívá autor pojmu propagace místo marketingová komunikace. Pro teoretický přehled by bylo vhodné použít více zdrojů literatury (str. 28). Na straně 33 postrádám citační odkaz. V práci se vyskytují gramatické chyby a překlepy (str. 23, 33, 36, 37, 39, 42). Autor měl více využívat akademického stylu psaní (str. 30, 35, 49). U podkapitoly 5.1.2 Strategie společnosti se 'nejedná o strategii. Chybí zde komentář autora, který by vysvětlil, že firma nesprávně využívá pojmu strategie a možná neví, jak má strategie vypadat. V praktické části práce bych uvítal více rozpracovat analýzu SWOT. Při vyhodnocování dotazníkového šetření bylo využito velice stručných komentářů a v některých grafických znázorněních dochází k nejednotnosti uvádění jednotek (str. 42). U komentáře obrázku č. 7 autor zřejmě zaměnil výsledky. V dotazníkovém šetření bylo využito nepřesného vyjadřování (str. 46 - kapely, západočeský



kraj). I přes uvedené nedostatky prokázal autor, že se v problematice event marketingu orientuje a práce splňuje požadavky kvalifikačního stupně velmi dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

V kapitole 6.4. je navržena distribuce 2000 letáků, jak jste přišel k tomuto číslu a jakým způsobem, komu a kde bude distribuce probíhat?

Stručně definujte pojem "strategie firmy" a vysvětlete z čeho se skládá.

Rozšiřte stávající SWOT analýzu.

Podpis hodnotitele

V Plzni, dne 12.5.2014

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.