

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2013/2014

Jméno studenta: Nikola Votánková
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Marketingové aktivity vybraného podniku v pohostinství

Hodnotitel – oponent: doc.Ing.P.Cimler,CSc.
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
☐	☒	☐	☐	☐
☐	☐	☒	☒	☐
☐	☐	☒	☐	☐
☐	☐	☒	☐	☐
☐	☐	☒	☐	☐
☐	☐	☒	☐	☐
☐	☐	☒	☐	☐
☐	☐	☒	☐	☐
☐	☐	☒	☒	☐
☐	☐	☒	☒	☐
☐	☐	☒	☐	☐
☐	☐	☒	☐	☐
☐	☐	☐	☐	☒
☐	☐	☒	☒	☐

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

nevyhověl

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Jednoduchá práce s jasně definovaným cílem, který je obsahem práce sice vesměs naplněn, práce patří však svoji náročností i způsobem zpracování mezi ty jednodušší, s malou hloubkou analýzy problémů. O tom svědčí i přístup autorky ke SWOT analýze, kde chybí návrh strategií. (Svědčí o tom, že autorka ze studia neví, co je výstupem SWOT analýzy.) Ani samotná SWOT analýza se neopírá často o kvalifikovaný rozbor jednotlivých částí. Vlastní šetření: otázky 1-3 se vztahují k pohostinství jako takovému?

U obhajoby doporučuji doložit údaje z fin.plánu.

V práci není plně využita teoretická část, navíc sestavená z přímých a nepřímých citací. Proč např. autorka pojednává o klasifikaci produktů (s. 14), funkci osobního prodejce, přímém marketingu a další? (s.18). Nelze považovat za dostačující ani popis SWOT analýzy na s. 20.

Práce se blíží spíše nárokům na seminární práci.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

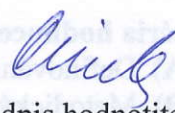
Analyzujte definici přímého marketingu na s. 18. Z jakého důvodu ji považujete za výstižnou (a tedy přebíráte)?

Hrozby: o jakou novou konkurenci se jedná? Zvýšení nájmu - v jaké čas.horizontu předpokládáte?

Jaké řešení máte pro problém kuřácká/nekuřácká restaurace (prostory)?

Proč je pro Vás nákup restaurační pokladny jen krokem ke zkvalitňování služeb (viz název subkapitoly)?

V Plzni, dne 12.5.2014


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).