

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2015/2016

**Jméno studenta:** Iveta Roudová  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Podnikání vybrané obchodní firmy  
**Hodnotitel – oponent:** Ing. Jan Petřtyl, Ph.D.  
**Podnik – firma:** Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická

**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 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 checked="" type="checkbox"/> | <input 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 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 type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |

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

**nevyhověl**

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

Autorka předkládané práce definuje její hlavní cíl jako "vymezit a specifikovat klíčové pojmy z podnikání nebo marketingu a následně je aplikovat a objasnit na vybrané firmě". Formulované zásady však otevírají prostor pro hlavní cíl spíše v jiném směru – ideálně by mělo jít o doporučení pro danou organizaci. Tou je firma DFH Haus CZ, s. r. o. Předkládaná práce bohužel vykazuje mnohé nedostatky – jazykovým zpracováním počínaje (kromě častých a závažných gramatických chyb, překlepů apod. autorka například zaměňuje význam slov nedílný a nesdílný či stavebník a stavitel) a nepoužitím části základní literatury konče.

Nejpodstatnějším nedostatkem je však to, že dokument vůbec není zpracován do hloubky, tvrzení nejsou často podložena fakty, či dokonce dochází k tomu, že si autorka na různých místech přímo protičeří (viz např. tvrzení na str. 63 "Poslední hrozbou je nedostatek kvalifikovaných pracovníků.", ale na str. 81 uvádí: "Nebyl by problém sehnat nové pracovníky.").

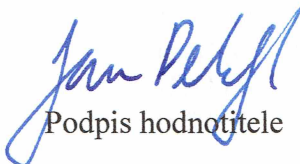
Popis a aplikace nástrojů marketingového mixu mají de facto formu konstatování, že takové nástroje existují, jejich aplikace na danou organizaci má však výrazné rezervy. V práci velmi postrádám zasazení trhu i firmy do širšího ekonomického kontextu – a to zejména kvůli nesystematičnosti provedných analýz. Například v analýze SWOT autorka hovoří o ekonomické stabilitě firmy, která však není v textu nijak vysvětlena ani přiblížena (pouze se hovoří o účetním zisku za 1 období). Přitom i při namátkové kontrole ve Veřejném rejstříku a sbírce jsou k dispozici účetní závěrky firmy zpětně až do roku 1996.

Dokument má i přes svůj větší rozsah závažné nedostatky, práci proto doporučuji přepracovat. Zejména jde o vymezení trhů, zákazníků, vysvětlení/upřesnění tržní orientace firmy a z toho plynoucího ujasnění potenciálů využitelných do budoucna.

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

1. Jak se dlouhodobě vyvíjí obrat zkoumané firmy, respektive její účetní zisk?
2. Má firma v rámci skupiny za cíl dlouhodobě působit pouze jako dodavatel domů pro Německo, nebo je stanoveným či diskutovaným obchodním cílem razantně navýšit i prodej na českém trhu, nebo je firma téměř plně vytižena poptávkou z Německa?
3. Jaké hlavní faktory ovlivňují poptávku po produkci firmy ze strany českých zákazníků? Vidíte potenciál pro budoucí rozvoj?

V Plzni, dne 19. 5. 2016



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).