

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2016/2017

Jméno studenta: Veronika Vokurková
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Analýza marketingové komunikace festivalu Živá ulice
Hodnotitel – oponent: Petr Janeček
Podnik – firma: 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předložená práce se zabývá hodnocením marketingové komunikace festivalu "Živá ulice". Práce vychází z teoretické části, kde autorka popisuje rovnou komunikační mix, bez vysvětlení pojmu marketingová komunikace. Autorka se věnuje ve větší míře elektronické formě marketingové komunikace než klasické tištěné formě. Autorka uvádí, že digitální marketing je pouhá propagace na internetu a k tomuto nemá žádný kritický postoj. Větší pozornost bych očekával u tématu Event marketing. V kapitole 2 jsou představeny některé informace z provedného rozhovoru, ale čtenář dosud nezná metodiku práce a o rozhovoru neví. Ve 3. kapitole autorka popisuje způsob provádění průzkumu na základě dotazníkového šetření. Náhodnost výběru respondentů je velice diskutabilní. Není vysvětleno, jak autorka získala adresy respondentů, kterým byl zasílán dotazník. Jak i výsledky naznačují, je vzorek respondentů velmi nevyvážený, což může mít dopad na výsledky. Toto omezení výzkumu není v práci zaznamenáno. Zajímavá zjištění jsou ohledně dotazů na sociální média. U otázky "Líbí se vám nabídka festivalového merchandisingu?" se obávám nepochopení odborného výrazu respondenty a chybí mi možnost "nemohu posoudit". Pozitivně hodnotím informace o kampani "Příhod' kilo pro rok 2016". Při zpracování dat bylo využito softwaru SPSS, který je využíván

odborníky na statistickou analýzu dat. Formou analýzy byl zvolen Chí-kvadrát test shody a následně test korelace. S ohledem na typ práce je využitá analýza dat považována za velký přínos pro práci i autorku. Při interpretaci dochází k nepřesnostem v sumách. V kapitole 3 je odkazováno na "Vyhodnocení výzkumné studie", jako 4. kapitoly, ale ve skutečnosti se jedná o kapitolu 3.1. Obrázky nesou shodně název "Graf odpovědí". V práci se vyskytují drobné pravopisné a stylistické chyby (např. str. 27, 28, 23, 33, 54). Na závěr práce autorka nabízí celou řadu doporučení a zlepšení, která by mohla být aplikovaná v praxi. Práci doporučuji k obhajobě s kvalifikačním stupněm velmi dobře až dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

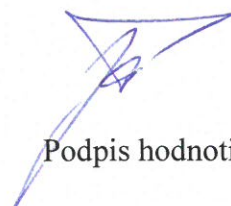
Existuje možnost spolupráce na festivalu se vzdělávacími institucemi v Plzni?

Jak hodnotíte jednotnost v marketingové komunikaci festivalu?

V roce 2015 byl festival propojen s titulem EHMK, v roce 2016 s Olympijským parkem, jaké jsou další možnosti spolupráce v budoucnu?

Plánuje se v letošním a budoucích ročnících posilovat vztah k festivalu pomocí podobných kampaní jako "Příhod' kilo"?

V Plzni, dne 23. 5. 2017



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).