

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2016/2017

Jméno studenta: Jana Hoffmannová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Sestavení komunikačního plánu pro vybraný podnik
Hodnotitel – oponent: Ing. Karolína Ptáčková
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 checked="" type="checkbox"/> | <input 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 type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" 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 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 type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| J) | <input type="checkbox"/> | <input 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 type="checkbox"/> | <input checked="" 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"/> |

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Cílem předložené bakalářské práce je vytvoření komunikačního plánu pro vybraný podnik. Vytyčeného cíle bylo dosaženo.

Teoretická část seznamuje čtenáře se základními pojmy z oblasti marketingu se zaměřením na marketingovou komunikaci. Tato část je zpracována za pomoci dostatečného množství zdrojů, avšak nepůsobí pro čtenáře zcela dobře - obsahuje mnoho definic a myšlenek ostatních autorů bez jakýchkoliv vysvětlujících komentářů. Teoretická část navíc obsahuje několik nejasností - například co se týče vysvětlení pojmů 4P a 4C. Autorka na s. 11 nejprve uvádí, že označení 4C je vcelku zbytečné, poté se však detailně věnuje pouze pojmu 4C. Následně, na s. 12, uvádí podkapitolu Charakteristika "4C", součástí kapitoly je však i 4P, přičemž nakonec se autorka detailně zabývá pojmem 4P. Tato skutečnost působí velice zmateným dojmem. Jednotlivé kapitoly na sebe navíc příliš nenavazují. Kladně hodnotím Tabulku 4, která srovnává internet s tradičními médii. Kapitola 4.7.1 se má týkat výhod a nevýhod internetového marketingu, avšak nakonec autorka zmiňuje pouze jeho výhody.

Mnohem lepším dojmem působí část praktická, kde autorka čtenáře seznamuje s vybraným podnikem a jeho komunikačními aktivitami. Na základě analýzy dosavadních komunikačních aktivit pak sestavuje

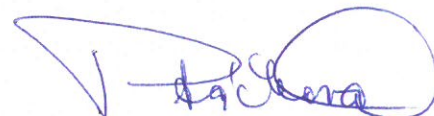
komunikační plán pro rok 2017. Obsahově je praktická část přínosná, ovšem členění do kapitol je v některých případech opět nelogické. Kladně hodnotím časový harmonogram i rozpočet daného plánu. Vzhledem k uvedeným skutečnostem a především přínosu práce pro praxi ji navrhuji ohodnotit klasifikačním stupněm "velmi dobře".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

V případě, že bude díky komunikačnímu plánu skutečně dosaženo vytyčených cílů, bude mít podnik dostatečné kapacity pro naplnění zákaznických požadavků? (Jaká opatření byste navrhla v případě, že by podnik dostatečné kapacity neměl?)

Jak reagovalo vedení podniku na Vámi navržená opatření?

V Plzni, dne 26.5.2017



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).