

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2011/2012

Jméno studenta: Andrea Klimentová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Event marketing - Boj proti rakovině prsu a domácímu násilí

Hodnotitel – oponent: Ing. Jan Petrtyl

Podnik – firma:

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předkládaná bakalářská práce se zabývá problematikou event marketingu, avšak vykazuje některé závažné nedostatky. V první řadě jde o povrchnost prezentace informací a práci s nimi. Str. 7: "Cílem bakalářské práce je ... zaměřit se na základní popis ... a aplikovat poznatky na základní popis společnosti Avon ...; dalším cílem bylo zaměřit se na popis charitativního projektu." Autorka v podstatě deklaruje, že čerpala z jedné české publikace zaměřené na event marketing a dále z publikací P. Kotlera, tudíž "nebylo možné dojít ke srovnání autorů". To považuji za hrubý nedostatek, neboť ve veřejné databázi Google Books je k dispozici mnoho publikací, které se tématem event marketingu zabývají; dále též Národní knihovna ČR dává k dispozici mnohé, česky psané zdroje. V práci se často objevují tvrzení, která nejsou podpořena odpovídajícími zdroji, některé pasáže působí přímo jako výpisky z jedné knihy (Šindler, 2003). Rozumím problémům, kterým musela autorka čelit při komunikaci se zástupci společnosti Avon, avšak to není důvodem pro to, aby některé pasáže práce působily dojem přepisu reklamního katalogu. V práci postrádám jakoukoli hlubší analýzu, používaný jazyk neodpovídá vysokoškolské kvalifikační práci. Pozitivně však hodnotím snahu o získání zpětné

vazby formou dotazníkového šetření. "Zpracování marketingu konkrétní akce formou marketingového projektu" též v práci zatím není plnohodnotně vypracováno. Hodnotím tedy zatím práci jako dobrou, avšak na hranici.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

1. Navrhněte (popř. upřesněte stávající) konkrétní, dostatečně podrobné a realizovatelné změny v oblasti marketingu vybarné akce, a respektujte též specifika projektového managementu (využijte Ganttův diagram, finanční stránku projektu apod.).
2. Existují v České republice podobné akce, které "odčerpávají" pozornost lidí od popisovaných eventů, které jsou realizovány společností Avon?
3. Mohla by firma Avon pro tuzemské eventy čerpat inspiraci ze zahraničí? Jaký je stav boje proti rakovině prsu např. v USA/Velké Británii – lze úspěšně hledat inspiraci tam?

V Plzni, dne 15. května 2012

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).