

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2011/2012

Jméno studenta: Markéta Lupáčová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Marketingové možnosti malé cestovní kanceláře
Hodnotitel – oponent: Ing. Jan Petrtyl
Podnik – firma: Západočeská univerzita v Plzni

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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

nevyhověl

Stručné zdůvodnění navrhaného klasifikačního stupně:²

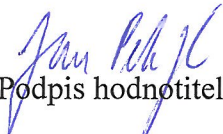
Předkládaná bakalářská práce vykazuje známky nepečlivého zpracování (ačkoli toto je v úvodu vytyčeno v podstatě jako jeden z jejích atributů). Práce nejde do hloubky v žádné ze svých částí a informace jsou mnohdy předkládány bez jakékoli opory v externích zdrojích. Analýza SWOT je formulována ještě před analýzou vlastního marketingového mixu, zkoumaná firma je představena nedostatečně, stejně tak zákaznické segmenty, konkurence apod. Čtenář marně hledá přehledný souhrn zjištěných nedostatků, a stejně tak navrhaná opatření nevykazují dostatečnou úroveň. Práci zatím hodnotím stupněm "nevyhověl" s tím, že stav lze změnit při její obhajobě.



Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

1. Jaké jsou, prosím, finanční charakteristiky Vámi vybrané firmy?
2. Jaké jsou, prosím, charakteristiky jejích hlavních zákaznických segmentů?
3. Jací jsou, prosím, hlavní konkurenti vybrané firmy a v čem jsou lepší než zkoumaná firma?
4. Jaké jsou, prosím, hlavní problémy, kterým v současné době firma čelí? Představte je přehledně.
5. Na tyto problémy reagujte a stanovte cíle, které budou směřovat k jejich řešení (respektujte, prosím, pravidlo SMART).
6. Navrhněte, prosím, adekvátní komunikační kampaň pro Vámi zvolený inovativní produkt (respektujte cílovou skupinu).
7. V práci zmiňujete nemožnost realizace reklamní kampaně, která by oslovila větší počet potenciálních klientů. Zvažte využití nástrojů PPC reklamy jako podpůrného nástroje pro konkrétní produkt a pokuste se připravit její návrh (včetně kalkulace).

V Plzni, dne 14. 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).