

**HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE**

Akademický rok 2011/2012

**Jméno studenta:** Jiří Pechr  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Návrh reklamní kampaně na vybraný produkt

**Hodnotitel – oponent:** Ing. Jan Petřtyl

**Podnik – firma:**

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

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

**dobře**

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

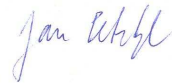
Předkládaná práce svým rozsahem hraničí s požadovaným minimálním limitem. V úvodní (teoretické) části je zpracována problematika marketingové komunikace, autor však neporovnává koncepty a neuvádí mnoho svých vlastních názorů. V praktické části jsou navrhována opatření, některá jsou následně zpětně hodnocena. Bohužel však autor nejde do hloubky. Práce je na některých místech nepřehledná a její úroveň snižuje i používaný jazyk, mnohdy doprovázený četnými gramatickými chybami. Seznam použité odborné literatury není obsáhlý a zahrnuje zejména elektronické zdroje informací (některé z nich se pro tento typ práce vůbec nehodí). Téma práce je však praktické a autor se jej snažil pojmout tak, že do práce zahrnul i kalkulace a základní ekonomické hodnocení problému. Bohužel však není možné práci ohodnotit lépe než hodnocením "dobře".

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

1. V práci zmiňujete pojem "virální šíření". Vysvětlete, prosím, pojem virální marketing a uveďte, co by mělo virální sdělení obsahovat a za jakých podmínek může být účinné.
2. Jaké metriky lze, prosím, použít pro hodnocení úspěšnosti marketingové komunikace na tzv. sociálních médiích?

V Plzni, dne 9. ledna 2012

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).