

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2011/2012

Jméno studenta: Michaela Valentová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Analýza efektivnosti komunikace ve vybrané firmě
Hodnotitel – oponent: doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.
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
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<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

Cíl práce je uveden na konci úvodu práce. V samotném úvodu je poměrně zvláštní, že již zde na s. 8 autorka uvádí, že firma má poměrně velké nedostatky v marketingových kampaních? Vzhledem k tématu práce je chybou, že na s. 12 uvádí původní model AIDA bez informace o rozšíření, např. Kotler, Keller (2007). V další části teoretické práce popisuje autorka marketingový mix a potom jeho hodnocení. Teorie končí na s. 41, což je pro Bc. práci neadekvátní rozsah, ale asi nebyla dostatečně použita, viz některé dotazy níže uvedené. Kapitola č. 4 popisuje komunikační aktivity firmy a po jejím přečtení není naprosto jasné, proč bylo v úvodu uvedeno, že firma má nedostatky v marketingových kampaních. Popsané akce a nápady svědčí o opaku, viz i informace z kapitoly č. 5. Překvapením je kapitola 6, kde autorka "od stolu" uděluje chtré rady ve smyslu co by se mělo... Vlastní práce a přínos autorky je tedy velmi problematický.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

S. 41, společnost má 18 stálých zaměstnanců, mimo výrobu.. co tím autorka myslí?

S. 42, prodejci představují stěžejní kanál?

Proč si myslíte, že firma nezvažuje efektivitu komunikace, když vy sama, na základě informací z firmy, uvádíte řadu dílčích příkladů?

Co je vaším přínosem, práce je popisem na základě asi sdělených informací, co jste vy realizovala v praxi?

V Plzni, dne 9.5.2012


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).