

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2017/2018

Jméno studenta: Bc. Alena Kovaříková
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Plán marketingové komunikace vybraného subjektu
Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Petra Taušl Procházková, Ph.D.

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

Do Portálu ZČU byl zadáný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:²

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Diplomová práce se zabývá tématem marketingové komunikace, konkrétně plánem marketingové komunikace. Cílem diplomové práce je navrhnout plán marketingové komunikace vybraného subjektu, konkrétně Centra podnikání FEK ZČU v Plzni, a vytvořit doporučení pro marketingovou komunikaci na základě předchozí analýzy.

V úvodu práce bych doporučila podpořit autorky tvrzení o nedostatku podnikatelského vzdělání vybranou studií či odkazem na apel Evropské unie. Teoretickou část práce považuji za dobře zpracovanou, autorka dle mého názoru uvádí dostatečné informace, na které lze navázat v praktické části. Praktická část se věnuje nejdříve představení zkoumaného subjektu, Centra podnikání FEK ZČU v Plzni. Centrum podnikání se vyskytuje v univerzitním prostředí, dá se tedy očekávat, že pro tento subjekt lze aplikovat vybrané způsoby komunikace a je potřeba plán marketingovou komunikaci tomuto okolí přizpůsobit. Ke zpracované analýze dosavadního způsobu komunikace nemám výrazné


připomínky. Na tuto analýzu navazuje zpracované šetření, jehož cílem bylo zjistit, jaké je povědomí studentů ZČU o tomto subjektu a jaké od něj mají očekávání. Je využito jak dotazníkového šetření, tak focus group analýzy. Následně vytvořené závěry a návrh plánu považuji za dobře zpracovaný. Doporučila bych v textu ještě více zdůraznit propojenost na předchozí analýzu tak, aby bylo naprosto zřetelné, že se vychází především ze zpracovaných šetření. U kapitoly 8.2 bych doporučila zmínit, jak bylo získáno bodové hodnocení z pohledu studentů.

Autorka pravidelně komunikovala s vedoucí práce. Zpracovaný text je přehledný a hezky zpracovaný, jeho přínos vidím zejména v praktické části, nikoliv na rovině teoretické. Práci hodnotím stupněm výborně.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Vysvětlíte postup váženého hodnocení v kapitole 8.2 a shrnete závěry z tohoto hodnocení. Popište vybrané subjekty působící na českých VŠ obdobného charakteru jako je Centrum podnikání FEK ZČU v Plzni.

V Plzni, dne 18.5.2018



Podpis hodnotitele