

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2017/2018

**Jméno studenta:** Ladislav Urban  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Nové trendy v marketingu

**Hodnotitel – vedoucí práce:** Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.

**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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Do Portálu ZČU byl zadaný tento výsledek kontroly plagiátorství<sup>1</sup>:**

Posouzeno   
 Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>2</sup>

**velmi dobře**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>3</sup>**

Předložená bakalářská práce se zabývá mobilním marketingem. Téma práce bylo zúženo na základě domluvy studenta a vedoucího práce na mobilní marketing a konkrétní region tak, aby bylo v rámci bakalářské práce uchopitelnější. Student nejprve představil mobilní marketing a jeho klíčové aspekty i ve vztahu k vybraným marketingovým nástrojům (v tabulkách 1 a 2 se snaží o shrnutí této části práce v kontextu nástrojů mobilního marketingu). Dále realizoval empirické šetření ve městě Ostrov a jeho okolí. Počet respondentů činil 214. Průzkum je co do věkových kategorií i zastoupení pohlaví poměrně vyvážený. Tento výzkum autor vyhodnocuje. Výsledky výzkumu pak byly aplikovány na konkrétní firmu, resp. její pobočku.

V obsahu je navíc "kapitola Vývoj mobilních sítí", která není číslována. Vhodnější název pro kapitolu 1.1 by byl "Vymezení pojmu mobilní marketing". V teoretické rešerši autor příliš nevyužívá zahraničních zdrojů. Některé části práce jsou textově méně provázané, např. s. 16, 26, 28. Autor se nevyvaroval několika překlepů např. s. 46 "V Některých případech..."

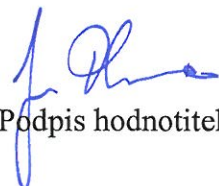
V doporučení je mimo jiné snaha autora zachytit současný trend gamifikace. Otázkou je ROI navrhovaného řešení mobilní aplikace v ceně 60 tis. Kč (5 tis. Kč za zajištění Wi-Fi), na druhou stranu této mobilní aplikace může využívat i druhá pobočka pizzerie. Některá další doporučení (např. rozšíření o další pec apod.) vycházejí spíše z autorovy uživatelské zkušenosti než z textu práce. Navrhuji práci hodnotit klasifikačním stupněm velmi dobře.

#### **Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>4</sup>**

Průzkum jste realizoval v březnu roku 2017, domníváte se, že se za tu dobu prostředí v oblasti mobilního marketingu proměnilo? Pokud ano, jak?

Subjekt, pro který navrhuje změny, v současné době využívá pouze telefonických objednávek. Co může hovořit pro tento přístup k objednávkám?

V Plzni, dne 21.5.2018



Podpis hodnotitele