

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2018/2019

Jméno studenta: Simona Pytlíková
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Analýza marketingových nástrojů vybrané společnosti zaměřením na komunikaci

Hodnotitel – oponent: Mgr. Hana Ovesleová Ph.D.
Podnik – firma: FEK 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
A)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Hodnocená bakalářská práce je věnována analýze a hodnocení marketingových nástrojů společnosti Lasselsberger s.r.o v rámci propagace její prémiové značky Rako. Studentka se v prvních pěti kapitolách věnuje teoretickému rámci, který je věcný a přehledně strukturován, mírné nedostatky se projevily pouze v několika chybách formátování a v neobratných formulacích. V následujících pěti kapitolách je společnost a její marketingové aktivity podrobena pečlivé a detailní analýze, která vzešla nejen ze studia interních materiálů společnosti, ale i z veřejně dostupných zdrojů. Studentka tuto část práce pojala skutečně nad očekávání, je zřejmé, že dostala v rámci konzultací s marketingovým oddělením firmy dostatečný prostor pro studium materiálů. V závěrečných dvou kapitolách se pokusila o zhodnocení aktivit společnosti formou srovnání s marketingovou komunikací a strategií dalších tří konkurenčních subjektů. U hodnotících kritérií zaměřených na online komunikaci vycházela z výzkumu společnosti provedeného v roce 2016/17 a svá zjištění dále srovnávala s manažerkou komunikace společnosti Lasselsberger s.r.o. Zde se projevilo zaujetí tématem především v lehce subjektivním tónu, kde ne všechna tvrzení mají seriózní datově podloženou bázi. Poslední kapitola je věnována návrhům a doporučením, která již skutečně vychází z předchozí analýzy a výzkumu, a která jsou pojata poměrně

střízlivě a jejichž kalkulace a případná realizace byla taktéž konzultována. Práci doporučuji k obhajobě a hodnotím ji stupněm velmi dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Můžete říci, na jakém základu vznikly dvě použité hodnotící škály v kapitole 11.2. a jak jste s nimi v hodnocení pracovala?

V Plzni, dne 19. května 2019

Podpis hodnotitele