

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

Jméno studenta: Karolína Dartová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Analýza marketingových aktivit vybrané zoologické zahrady

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 type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika) | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| F) Formální zpracování práce | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" 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 práce s informacemi | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" 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 type="checkbox"/> | <input checked="" 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 zadáný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Studentka se ve své bakalářské práci věnovala marketingovým aktivitám plzeňské zoologické zahrady. V hlavním cíli autorka zužuje záběr práce na oblast marketingové komunikace a dále se v práci (její analytické části) zaměřuje nejvíce na interaktivní marketing. S takto zúžením pojetím tématu souhlasím. Zoologické zahrady jsou subjekty na pomezí volnočasových aktivit, cestovního ruchu, edukačních aktivit a ochrany zvířat. Z hlediska komunikace jsou však hlavní cílovou skupinou návštěvníci. Tedy studentka v úvodních kapitolách představuje zoologické zahrady, věnuje se stručnému pohledu na cestovní ruch a samozřejmě se zaměřuje na marketing a marketingovou komunikaci. Úroveň teoretické rešerše je velmi dobrá, snad mohla být stručnější (ne všechny zmíněné aspekty pak studentka v praktické části). Studentka využívá především českých zdrojů, dále zvolila specifický způsob uvádění zdrojů v kapitolách

4.2.1-4.2.7, přístupu studentky rozumím, ale neodpovídá zcela citační normě. V kapitole 5 pak studentka představuje zkoumaný subjekt. V další kapitole jsou formou deskripce analyzovány jednotlivé nástroje komunikačního mixu. Studentka metodicky využívá kromě dostupných zdrojů i interních materiálů a rozhovoru s pracovním zodpovědnými za komunikaci. Při této analýze však chybí vyhodnocení alespoň některých možných ukazatelů (nákladovost, čtenost apod.), to pak samozřejmě do jisté míry omezuje studentku v návrhové části práce. Některé aspekty, které autorka řadí do guerilla marketingu v kap. 6.5, chápu mírně jinak, ale jako upozornění na méně konzervativní přístupy (i tak lze v širším pojetí na guerilla marketing pohlížet) to slouží dobře. Zajímavá a přehledná je tabulka č. 1 na str. 49. V kapitole 7 se studentka věnuje webovým stránkám, analyzuje podrobněji (ale stále s omezeným analytickým aparátem) a srovnává se i s vybranými "konkurečními" zoologickým zahradami, a sociálním sítím, které . V kap. 8 studentka ukazuje zpětnou vazbu návštěvníků na vybraných internetových stránkách a zaměřuje je se na návštěvníky zmiňované nedostatky zoo (především v úrovni produktu a prostředí). Studentka také zmiňuje anketu realizovanou přímo zoo. V kapitole 9 pak studentka shrnuje hlavní nedostatky marketingové komunikace (zde na straně 66 nefuguje jeden z křížových odkazů). V kapitole 10 pak autorka sestavila doporučení pro zoo v oblasti marketingové komunikace - některá jsou rozpracovanější, některá spíše stručná, všechna bez rozpočtů. Práce obsahuje bohatý přílohový aparát.

Z práce je zřejmé, že studentka zpracovávala téma se zájmem, v mnohých částech však nedokázala využít potenciálu tématu i subjektu. Práci navrhuji hodnotit klasifikačním stupněm velmi dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Rozpracujte jeden návrh (či jeho část) konkrétněji (harmonogram aktivi, odhadovaný rozpočet).

V Plzni, dne 5. 6. 2020

Podpis hodnotitele