

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

Jméno studenta: Karolína Picková
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Marketingová komunikační strategie vybrané společnosti
Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Michal Mičík, 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 checked="" 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 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 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 checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input 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 checked="" type="checkbox"/> | <input 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 zadán tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

V předložené práci se studentka zabývá marketingovou komunikační strategií společnosti 2P Gastro. V teoretické části jsou popsány základní termíny z oblasti marketingu, marketingového mixu a jsou zde také představeny metody pro analýzu marketingového prostředí. Studentka se v této části také věnuje komunikačnímu mixu, SWOT analýze a dalším pojmům, které jsou potřebné pro zpracování praktické části. Tato část práce je zpracována velmi dobře, autorka pracuje s množstvím zdrojů, mohlo však být využito i větší množství zahraničních zdrojů.

Praktická část začíná představením vybraného subjektu. Autorka provádí analýzu marketingového prostředí. Zde je neustále opakován zdroj Interní materiály. Tomuto se autorka mohla vyhnout tím, že by na začátek praktické části napsala informaci, že je ve společnosti zaměstnána a tyto informace tak sama zjistila. Analýza marketingového prostředí je provedena velmi dobře a také oceňuji následnou konfrontační matici, kde jsou identifikovány nejdůležitější faktory ze swot matice. V návrhové části práce



je autorkou představeno několik návrhů, které jsou velmi detailně zpracovány. Studentka také navrhuje kompletně nové firemní stránky, zde mi chybí jejich očekávaný rozpočet. Celkově je práce velmi dobře zpracovaná. I přes gramatické nepřenosti, formální nedostatky a občasné neodborné obraty ji hodnotím jako "výbornou", neboť dané výtky nemají zásadní vliv na celkovou kvalitu práce.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Dopracujte rozpočet nových webových stránek.
Budou všechny návrhy realizovány?

V Plzni, dne

Podpis hodnotitele