



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2020/2021

Jméno studenta: Jindřich Mošna
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Návrh na zefektivnění marketingové komunikace vybraného podniku

Hodnotitel – oponent: Ing. Michael Satýnek
Podnik – firma: Foxinterier W s.r.o.

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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<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

Bakalářská práce se zaměřuje na návrh zefektivnění marketingové komunikace firmy Foxinterier W s.r.o. V teoretické části se autor věnuje marketingu, marketingové komunikaci a marketingu na internetu. U některých pasáží by bylo vhodné nečerpát pouze z jednoho zdroje, například v podkapitole 1.2 představující marketingový mix. V textu se místy vyskytují nepřesnosti v citování (například s. 12) či chybně uvedené odkazy na zdroj (Foret, 2011 vs Feret, 2011). Teoretická část obsahuje velký počet podkapitol a dalších dílčích částí, kdy zhruba 20 stran zabírá téměř 2 strany obsahu, z tohoto důvodu by bylo vhodnější zvolit lepší strukturu.

Praktická část je uvedena samostatnou kapitolou pouze s jedním odstavcem a jinak prázdnou stranou, zde by bylo vhodné propojení s další částí. V praktické části autor dále představuje firmu Foxinterier W s.r.o. a její marketingový mix a analyzuje marketingovou komunikaci firmy z několika pohledů. Na základě analýzy autor představil návrhy pro zefektivnění marketingové komunikace, které dále rozpracoval. U některých částí návrhů by bylo vhodné uvést zdroj, například pokud autor uvádí konkrétní cenu vytvoření e-shopu či reklamního banneru nebo když hovoří o reklamním spotu v rádiu a uvedené informace nemá

podložené zdrojem. V práci je možné naleznout několik obrázků, které jsou číslovány v textu jinak než v příloženém seznamu obrázků.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

1. V závěru uvádíte "Veškeré návrhy byly představeny řediteli společnosti a některé návrhy již začala firma aplikovat.". O které návrhy se jedná?
2. Jakou částku je firma ochotna investovat do realizace Vámi uvedených návrhů?

V Plzni, dne 31. 5. 2021

Podpis hodnotitele