

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2021/2022

Jméno studenta: Tomáš Bešta
Studijní obor: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Marketingová komunikace vybraných obchodů s online prodejem

Hodnotitel – oponent: Doc. Ing. P. Cimler, CSc.
Podnik/organizace oponenta: FEK ZČU

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 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 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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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:

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Práce má jasně formulovaný cíl, který byl obsahem práce naplněn. Vychází z přiměřeného prezentování základních pojmů marketingu a marketingové komunikace. Uplatňování nástrojů mtg. komunikace resp. hodnocení marketingové komunikace je založeno na subjektivním hodnocení, nevyužity jsou poznatky prezentované právě k postupům hodnocení úvodní části. Hodnocení autorem je však přehledné, srozumitelné, byť by zřejmě bylo vhodnější např. dotazníkové šetření na zákaznické straně (názorů/postojů/hodnocení zákazníků). Pak by i např. označení "výborný" v hodnocení mělo větší váhu (viz např. s. 48). V části 4. "zaujme" strukturování (neoznačení) jednotlivých částí (Televizní reklama, Nástroje podpory prodeje - k čemu se vztahují?) Celkově práce svým obsahem i logickou strukturou a prezentací poznatků svědčí o zaujetí autora, zodpovědném přístupu ke zpracování, znalostech problematiky.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

Gramatické chyby v mailech Electro World mohou působit nejen dojmem amatérismu. Jakým ještě?
Vysvětlíte formulaci na s. 30 Nástroje podpory prodeje. Považujete tedy nové služby a produkty za nástroj podpory prodeje a nikoli za "Product"?

V Plzni, dne 20. 5. 2022

Podpis hodnotitele