



## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2021/2022

**Jméno studenta:** Aneta Zámostná  
**Studijní obor:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Analýza marketingové strategie v nadnárodní korporaci

**Hodnotitel – vedoucí práce:** Ing. Mgr. Tomáš Sadílek, 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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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) 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 zadán tento výsledek kontroly plagiátorství:**

Posouzeno

Posouzeno – podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

**velmi dobře**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:**

Cílem bakalářské práce je provést analýzu marketingové strategie, díky které jsou navržena doporučení, které povedou k efektivnějšímu chodu společnosti. Domnívám se, že tento cíl byl naplněn a návrhová část práce může posloužit analyzované společnosti. Také si dovoluji upozornit na formulační nepřesnost, protože analýza je metoda, ale nikoli cíl. Takže termín "analýza" měl být raději nahrazen termínem "posoudit, zhodnotit, prozkoumat" apod.

V teoretické části práce jsou představeny pojmy marketingový mix, marketingová komunikační strategie, a marketingové prostředí. To je možné považovat za relevantní, přestože kapitola o marketingové mixu nemusela být v práci uvedena, protože jde o běžné informace. Také SWOT a TOWS matice nemusela být

uvedena. Celkově prezentovaná literární rešerše mohla využívat méně českých učebnic a mnohem více zahraničních zdrojů tak, aby byly představeny nové poznatky.

Praktická část práce začíná představením analyzované společnosti EvoBus Česká republika s.r.o., posouzením vlivu makroprostředí na společnost, popisem vlivu dodavatelsko-odběratelských vztahů na strategii společnosti, který hraje významnou roli, protože společnost je producentem finálního výrobku. Poté jsou představeny jednotlivé prvky marketingového mixu. Výstupy všech těchto kapitol jsou shrnuty do závěrečné matice SWOT a TOWS. Zde by bylo vhodné uvést, jestli jsou vstupní údaje v obou maticích výsledkem subjektivního posouzení autorky, nebo byly do hodnocení vzaty v úvahu i názory vedení společnosti, případně jiných společností v odvětví. Úroveň provedených analýz mohla být celkově na vyšší úrovni.

#### Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>4</sup>

- 1) Uveďte, které z uvedených opatření by mělo velký efekt s nízkými náklady.
- 2) Jaké jsou váhy jednotlivých kritérií v matici SWOT.

V Plzni, dne 19.05.2022

Podpis hodnotitele