

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2021/2022

Jméno studenta: Eliška Vybíralová
Studijní obor: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Analýza marketingové strategie podniku

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 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 checked="" 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 checked="" 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 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) 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 plagiátorství:

Posouzeno

Posouzeno – podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Studentka se v předložené práci zabývá marketingovou strategií vybraného podniku se zaměřením na komunikaci. Cíl práce je uveden v úvodu. Práce má logicky zvolenou strukturu. Rešerše literatury je provedena pečlivě s ohledem na téma práce. Využito bylo mnoho zdrojů, které autorka vhodně dává do kontextu práce. Vzniká tak ucelená kostra práce, na kterou následně navazuje praktická část. V kapitole 6 je představena metodika praktické části, kde se autorka zaměřila na analýzu marketingového strategie podniku s důrazem na komunikaci. Nejdříve je představen výzkumný problém, následně výzkumná otázka a z ní vycházející tvrzení. Dále je již představena zkoumaná firma. Následně již je provedena analýza marketingového mixu. Komunikace je analyzována ze dvou perspektiv - online a offline. K analýze online komunikace je použito nástroje zoomsphere. Je také spočítána ER. Zajímavostí je, že i přes výrazně nižší



množství sledujících na sociálních sítích dosahuje sledovaná společnost lepších výsledků v zapojení lidí do komunikace na Ig, na FB tomu již tak ale není. K analýze offline komunikace je využita technika MS. I zde je porovnávána komunikace s konkurenčními podniky. Metodika průzkumu je srozumitelně představena, pouze u představení hodnot doporučení návštěvy dochází k nepřesnostem. Výsledky průzkumu jsou následně autorkou komentovány. Nechybí ani analýza mezoprostředí firmy, která je přehledně zpracovaná. Všechny výsledky jsou následně zachyceny maticí SWOT, na základě které autorka formuluje strategii a návrhy, které by vybrané firmě měly pomoci s efektivnější komunikací. Provedení navrhovaných opatření je reálné.

Co se týká nedostatků práce - citační styl apa není vždy zcela dodržen (a vs & v textu mezi autory). Práci občas narušuje množství typografických chyb, subjektivní a hovorové vyjadřování.

Cíl práce byl splněn. I přes dílčí nedostatky uvedené výše hodnotím práci jako výbornou.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Jaké nedostatky byly odhaleny při pilotáži MS?
Shrňte celkový rozpočet na navrhovaná opatření.
Budou se opatření realizovat?

V Plzni, dne

Podpis hodnotitele