



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2022/2023

Jméno studenta: Jan März
Studijní program: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Podnikání vybrané firmy

Hodnotitel – vedoucí práce: Doc. Ing. P. Cimler, CSc.

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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 zadáný tento výsledek kontroly plagiátorství:

Posouzeno

Posouzeno – podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Práce je zaměřena na specifickou a dynamickou oblast služeb - rozvoz jídel a potravin. zboží. Z práce je poměrně dobře patrný princip spolupráce jednotlivých účastníků, jejich funkce v systému, výhody, přínosy, problémy, z části i procesy. Jsou aplikovány vybrané marketingové analýzy. V tomto směru jsou naplněny jak cíle práce, tak zásady formulované v Zadání. Teoretická východiska mají vesměs pro práci smysl, byť lze pochybovat o účelnosti kapitoly věnované podniku a podnikání či o vhodnosti zdrojů k vybraným postupům - např. Taušl Procházková k problematice SWOT analýzy. Pokud práce neřeší hlouběji např. problematiku marketingových nástrojů, ale jen jejich uplatnění, není zapotřebí ani takový rozsah teoretických východisek k těmto nástrojům. Obdobně k marketingovým analýzám. Text týkající se procesů by měl mít jiný design ukazující na posloupnost jednotlivých kroků - základ problematiky je v procesech! Též mohly být v textu zvýrazněny hlavní myšlenky a důležité informace. Níže jsou formulovány některé další dílčí připomínky. Předpokládám uspokojivé vyjádření autora k nim. Ke stavbě textu: kap. 2 by zřejmě



nalezla lepší místo až v praktické části, k použitým publikacím: z textu práce není zřejmé jejich skutečné využití při řešení praktické problematiky, chybí zahraniční literatura.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

Jak chápat výrok: Restaurace se o hledání zákazníků nemusí starat.? (s. 29)

...vlastnosti služeb jsou velmi specifické... Oproti čemu? (s. 31)

Specifika služeb Woltu. Oproti čemu? (s. 31)

Analýza značek - s. 41 dole: jaké metody analýzy byly využity?

Obr. 12 s. 42 - kde je patrný onen avizovaný proces?

S. 47 - pandemie již jen jako příklad

s. 47 - partneři opouštějí platformu - kdo, proč konkrétně, doložte.

Jaké zdražení surovin se týká platformy?

Proč chápete expanzi do dalších měst jako příležitost a nikoli jako opatření? Obdobně rozšíření sortimentu - tab. 4 s. 51. Tamtéž: o jaké regulace může jít?

Z čeho usuzujete na růst tržního podílu, tedy podílu firmy Wolt na trhu? Nepředpokládáte dynamiku jiných konkurenčních firem?

Jakou myšlenku má čtenář práce spatřovat ve větě "Společnost by se mohla více zaměřit na spolupráci s firmami."

Závěr - poslední věta: opravdu jde o všechny využití zdroje?

V Plzni, dne 28. 8. 2023

Podpis hodnotitele