

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

Jméno studenta: Jolana Turner
Studijní obor: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Tvorba marketingového plánu vybraného podniku

Hodnotitel – oponent: Ing. Hana Kunešová, Ph.D.
Podnik/organizace oponenta: FEK ZČU

Kritéria hodnocení:	(1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)				
	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (řešeršní část)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm: **dobře**

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:

Cíl práce je stanovený v Úvodu: "sestavení marketingového plánu pro nově zakládaný podnik". Použité metody jsou vyjmenovány v Úvodu, na začátku kapitoly 2 jsou stručné informace o postupu zpracování. V práci není kapitola o metodice práce. Teoretická část práce je tvořena odstavci převzatými převážně z českých odborných zdrojů, některé části jsou výpisky z jednoho nebo dvou zdrojů.

V praktické části byla k vytvoření profilu potenciálního zákazníka využita data z provedeného dotazníkového šetření. Výsledky dotazníkového šetření jsou zpracovány do grafů, ke zpracování mám více výhrad: graf č. 1 (s. 27) neposkytuje žádnou informaci, graf č. 2 (s. 27) má nevhodný název, u grafu č. 3 (s. 28) není uvedeno, v jakých jednotkách jsou čísla v grafu a co představuje modrá výšeč v grafu; některé grafy jsou zbytečné, protože uvádějí jen dvě hodnoty, které bylo možné sdělit v textu či tabulce (např. grafy č. 9, 22, 23 a další). Použití neodůvodněně velkých grafů vytváří dojem, že autorka potřebovala zaplnit stránky (např. grafy na s. 45, 46, 48). Přestože se autorka v dotazníkovém šetření dotazovala na věk respondentů, ve výsledcích dotazníkového šetření s daty o věku nepracuje.

Za přínosná považuji zjištění z provedené analýzy konkurence.

SWOT analýza a PEST analýza jsou obecnější, otázky ke SWOT analýze uvádím níže. Marketingový plán je méně propracovaný. S tvrzením autorky na konci Závěru rozhodně nesouhlasím (tvrzení o přínosech práce a příspěvku k rozvoji poznání v oblasti marketingu a marketingového plánování).

Práce má slabší jazykové zpracování (zejména v praktické části práce, Závěru a Abstraktu), v textu jsou občasné překlepy, nevhodné formulace vět, problémy s používáním odborného jazyka.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:

- 1) Otázka ke s. 53: Proč považujete za důležitý penzion pro hosty, když z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že zájem majitelů koní o ubytování v penzionu je malý?
- 2) Otázky ke s. 59: Uvádíte, že cenu ustájení koní jste určila podle tří konkurentů, kteří se nejvíce podobají navrženému podniku, a zároveň podle vlastního uvážení. Propočítala jste, že uvedená cena umožní podniku dosahovat kladného hospodářského výsledku? Na základě čeho jste stanovila slevu pro majitele dvou a více koní ve výši 12 % za každého koně? (Proč to není např. 10 % nebo 15 %?)
- 3) Otázky ke SWOT analýze (s. 66):

Vysvětlete, proč za silnou stránku podniku považujete silné marketingové plánování, když do slabých stránek podniku jste zařadila nedostatečné zkušenosti v oblasti marketingu a podnikání.

Ve SWOT analýze jste mezi příležitosti zařadila na prvním místě "dotační projekty". Uveďte příklad vhodného dotačního programu, který by navržený podnik mohl využít.

V Plzni, dne 12. 1. 2024

Podpis hodnotitele