

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

Jméno studenta: Nikol Hážová
Studijní obor/zaměření: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Marketingová komunikace vybraného podniku

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Hana Kunešová, 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 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 plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Práce v plné míře splňuje všechny požadavky kladené na tento typ kvalifikační práce. Cílem práce je poskytnout přehled o marketingové komunikaci v prostředí trhu B2B, zhodnotit marketingovou komunikaci společnosti Integrated Micro-Electronics Czech Republic s.r.o., a navrhnout doporučení pro další praxi v oblasti marketingové komunikace. Uvedený cíl byl splněn. Autorka se práci věnovala systematicky, využila poznatky získané v průběhu své praxe v této společnosti, konzultace s odbornou konzultantkou ze společnosti a e-mailové konzultace s pracovníky marketingového oddělení mateřské společnosti na Filipínách.

Teoretická východiska práce jsou v kapitole 1, shrnují klíčové informace k problematice marketingové komunikace na trhu B2B a obsahují odkazy na větší počet zahraničních odborných zdrojů. Metodika

praktické části práce a harmonogram zpracování jsou uvedeny v kapitole 2. Autorka použila metodu deskripce, analýzy a synstézy. Všechny použité metody jsou vhodné pro splnění stanoveného cíle. Interní data společnosti autorka získala prostřednictvím osobních a e-mailových konzultací s pracovníci společnosti v ČR a marketingovým oddělením mateřské společnosti v zahraničí.

Těžištěm práce je kapitola 4, kde se autorka zaměřila na analýzu trhu zpracovanou s využitím Porterova modelu pěti sil, marketingový mix společnosti a analýzu marketingové komunikace společnosti. Zhodnocení získaných poznatků je v kapitole 5, kde autorka také uvádí tři návrhy pro další praxi v marketingové komunikaci. Návrhy jsou konkrétní, podrobně zpracované, jsou podloženy výsledky provedené analýzy a doplněné podrobnější kalkulací předpokládaných nákladů na jejich realizaci. Návrh, který se týká účasti na mezinárodním veletrhu, zahrnuje také podrobný časový harmonogram všech souvisejících aktivit. Grafické návrhy autorka zpracovala v grafickém programu Canva. Všechny návrhy považuji za přínosné a realizovatelné.

Závěr práce shrnuje nejdůležitější poznatky a uvádí odpovědi na výzkumné otázky stanovené v kapitole 2 (tj. kapitola o metodice výzkumu).

Formální a jazykové zpracování je výborné.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Uvádíte, že konzultantka z obchodního oddělení společnosti ocenila přínosnost navrhovaných opatření. Jakou šanci na realizaci mají Vaše návrhy?

V Plzni, dne 18. 5. 2024

Podpis hodnotitele