

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

Jméno studenta: Kateřina Čečilová
Studijní obor/zaměření: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Event marketing

Hodnotitel – oponent: doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.
Podnik – firma: Fakulta ekonomická ZČU v Plzni

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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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 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 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:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Cíla a dílčí cíle práce jsou vhodně vymezené na s. 6 dole, práce se zaměřuje na event - hudební akci Pekelný ostrov. Na s. 7 začíná autorka ze široka definicí marketingu a od s. 8 se věnuje marketingu eventu s využitím uvedených zdrojů. Musím uvést, že pojem "eventizace" ze s. 9 se mi moc nelíbí. Následně se autorka věnuje typologii eventu a pojednání o cílových skupinách hudebních eventů. Zde bych očekával více zdrojů, a to i z praxe, a případně i diskusi k problematice, to zde bohužel chybí.

Kapitola třetí od s. 14 pojednává o marketingu eventů. Tady v úvodu správně upozorňuje na koncepty 4P a další P, 4C a zejména i 4E. Potom se věnuje produktu, ceně, distribuci, komunikaci a jejímu mixu, vše s odkazy na dostupnou relevantní literaturu v češtině. Následuje popis situační analýzy od s. 22 a SWOT. Od s. 26 je uvedena metodika praktické části práce s tím, že je uvedeno, že zejména půjde o analýzu online komunikace. Následuje popis a typizace eventu, potom pojednání o cílové skupině, autorka se odvolává na interní zdroj (?). Kapitola sedmá od s. 31 popisuje marketingový mix, není v úvodu uvedeno, na jakém základě jsou čerpané informace. Popis cenové politiky je zřejmě s odkazem na informace z www eventů? Podobně vyprávěním autorka popisuje distribuci i marketingovou komunikaci (s. 38 a dále, zdroje?). Zřejmě se jedná o popis s využitím dat z www?

Online marketing (s 44 a dále). Nejdříve jsou uvedené sociální sítě a počty sledujících. Analýza příspěvků je za leden - březen 2024, kdy se koná vlastní event? (v červenci) Tady se nám práce mění v komparaci s analýzou komunikace na SM jiných hudebních festivalů. Autorka mluví o analýze online komunikace, co ale www stránka? (<https://pekelnystrov.cz/>). Je evidentní, že je to nedotažené a posunuté do komparace SM několika eventů.

Následuje kapitola zaměřená na Porterovu analýzu pěti sil (s. 57). V tom se nám objevuje na s. 58 percepční mapa, která pracuje s cenou (je objasněno) a s kvalitou (není jasné), Následuje popis jednotlivých částí této analýzy, opět nejsou zřejmé zdroje dat. SWOT analýza na s. 65, je uvedeno: Analýza je zpracována na základě autorky osobní zkušenosti s festivalem, komentářů nalezených na sociálních sítích festivalu a analýz provedených v rámci této práce (dodávám, které jsou nedostatečně dokumentovány). Návrhy a doporučení jsou na s. 68. Kde je ta navržená marketingová kampaň (s. 69)?

Celkově mám z práce velmi rozpačitý dojem. Přínos autorky není moc zřejmý, špatně až nedostatečně jsou dokladovaná data. Důraz měl být na online marketing, proč se nepodívala na data za rok 2023 a to až do konání eventů? Reklama na internetu žádná nebyla? Předloženou práci hodnotím ještě dobře, ale je velmi slabá.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Co bylo podkladem pro vyprávění o uvedeném eventu? Jak byla získávána data? (cíl č. 3: pomocí vhodných nástrojů analyzovat event, které to byly?)

Z čeho všeho se skládá online marketing tohoto eventu? Opravdu to jsou jen SM?

Percepční mapa, jak vnímáte pojetí kvality a jak zde byla kvalita hodnocena?

Z čeho si myslíte, že se skládá plán (či návrh) marketingové kampaně?

V Plzni, dne 10. 5. 2024

Podpis hodnotitele