

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

Jméno studenta: Tomáš Vimr
Studijní obor/zaměření: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Návrh komunikační kampaně obchodní společnosti Zlatý výkup

Hodnotitel – oponent: Doc. Ing. Petr Štumpf, Ph.D.

Podnik – firma:

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 (řešeršní 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 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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Cíl práce je v úvodu definován obecně jako navrhnout společnosti Zlatý výkup plán komunikační kampaně, v kapitole 4.1 je pak cíl rozšířen na "vytvořit plán komunikační kampaně, která zahájí komunikaci s cílovou skupinou společnosti Zlatý výkup a přiláká větší počet zákazníků do konce roku 2024, než jaký je dosavadní přísun zákazníků průměrně za poslední tři roky působení obchodní společnosti na trhu." Tento cíl tak už kombinuje cíl práce s cílem navrhované kampaně. To však působí trochu zmatečně.

Z hlediska teoretického základu autor uvádí nejprve problematiku numismatiky a peněz obecně, následně se zabývá principy marketingu a podrobněji marketingové komunikace a komunikační kampaně. Jde spíše o kompilát než o kritické hodnocení, některé části řešerše jsou citovány pouze z omezeného množství zdrojů (Foret, Karliček apod.), ale přesto slouží jako vhodný teoretický základ pro praktickou aplikaci.

Práce přináší zajímavý pohled na odvětví numismatiky a obchodování s těmito produkty, z hlediska praktické části však mohla jít daleko více do hloubky i vzhledem k přístupu autora k interním datům společnosti.

Navrhovaná kampaně by zasloužila větší pozornost především s ohledem na další segmenty a současné vnímání značky společnosti.

Z jazykového hlediska práce vykazuje řadu stylistických a gramatických nedostatků, autor formuluje text v řadě případů nevhodně v první a druhé osobě, používá zesilující výrazy typu "zcela jistě" u tvrzení, která nemá podložena, používá řečnické otázky, na které si má čtenář sám najít odpověď v tabulce (viz kap. 6.3.5), atd.

Celkově však práce splňuje zadání a požadavky kladené na tento typ práce a hodnotím ji ještě stupněm velmi dobře.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

1. Z jakého důvodu byla zvolena cílová skupina pouze nadšenců numismatiky? Bylo by vhodné nabízet tento typ produktu i běžným zájemcům, kteří se o numismatiku nezajímají, jako čistě investiční produkty?

1. Jaké je podle Vašeho názoru vnímání značky Zlatý výkup u cílové skupiny? Bylo by vhodné uvažovat o re-brandingu?

V Plzni, dne 21. 5. 2024

Podpis hodnotitele