

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2023/2024

Jméno studenta: Natálie Kokrhelová
Studijní obor/zaměření: Marketingové řízení
Téma bakalářské práce: Marketingový plán pro vybranou neziskovou organizaci

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Eliška Kochová

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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 zadaný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Autorka rozděluje práci na teoretickou a praktickou část. V teoretické části se věnuje základním pojmům jako je marketing a marketingový plán včetně jeho náležitostí. V praktické části představuje vybranou neziskovou organizaci a metodicky postupuje při zpracování marketingového plánu pro rok 2023 včetně analýzy interního a externího prostředí. V rámci interní analýzy krátce zhodnotila silné a slabé stránky organizace, kde ale ještě nemohly být zahrnuty výsledky z výzkumu. Taktéž autorka mohla stručně popsat příležitosti a hrozby také u analýzy externího prostředí. Pro marketingový výzkum zvolila autorka dotazníkové šetření, kde se mimo jiné respondentů dotazovala, zda by organizaci dále doporučili. Zde mohla autorka nahradit možnosti odpovědí škálou 0-10 a změřit tak loajalitu zákazníků. Dále autorka zhodnotila splnění marketingových cílů a akčních programů a na základě výsledků připravila

marketingový plán a akční programy pro rok 2024. Zde mohla lépe definovat marketingový cíl týkající se sponzoringu, resp. konkretizovat cílovou částku nebo předměty, které by v rámci sponzorství organizaci nejvíce pomohly. Vyzdvihují průzkum dotačním programů, kterých by organizace mohla využít. Autorka dále připravila propagační materiály, kterými se organizaci prezentuje např. ve školách. Z grafického hlediska mají materiály moderní vizuál, avšak leták pro rok 2023 graficky nekoresponduje s dalšími podklady. Pro plakát na rok 2024 by byl vhodnější jiný font, jelikož je písmo obtížněji čitelné. Cíle práce jsou definovány a splněny.

Práce je pro praxi velmi přínosná a doporučuji ji k obhajobě se stupněm výborně.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

- 1) Jak by vypadal akční program, který by se týkal zmiňované akce pro rodiče?
- 2) Má organizace logo a jednotný grafický vizuál, kterým by se mohla prezentovat pro snadnější identifikaci spolku?

V Plzni, dne 22. 5. 2024

Podpis hodnotitele