

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2012/2013

Jméno studenta: Kamila Paurová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Marketing podniku Léčebné lázně Konstantinovy Lázně, a. s.

Hodnotitel – oponent: Ing. Jan Petrtyl
Podnik – firma: ZČU v Plzni, Fakulta ekonomická, KMO

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (rešeršní část)
- D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)
- E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)
- F) Formální zpracování práce
- G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem
- H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)
- I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce
- J) Celkový postup řešení a práce s informacemi
- K) Závěry práce a jejich formulace
- L) Splnění cílů práce
- M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)
- N) Přístup autora k řešení problematiky práce
- O) Celkový dojem z práce

	1	2	3	4	N
A)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

nevyhověl

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předkládaná práce je zaměřena na problematiku marketingu v oblasti lázeňství. Autorka v úvodu vytyčuje cíle, ve kterých však není zmíněno, že dominující praktická část bude vhodně propojena s výsledky rešerše odborné literatury. A priori nejde o závažnou chybu, nicméně ve skutečnosti pak opravdu dochází k tomu, že literární rešerše a práce s odbornou literaturou je na nedostatečné úrovni. Text je nepřehledně členěn a tvrzení (resp. např. i dílčí kategorizace) velmi často nejsou podložena odpovídajícími zdroji. V práci se také objevují tvrzení, která jsou nejasná, popř. zavádějící — např. "opakem distribuce je dostupnost" — str. 25 apod. Z praktického hlediska chybí rozpracovaná analýza externího prostředí, na kterou se autorka odvolává při prezentaci výsledků formou SWOT. Jsou jmenovány produktové segmenty, které lázně pokrývají, avšak o cílových segmentech zákazníků, jejich významu apod. není mnoho řečeno (pouze se dočítáme, že zahraničních klientů je více než českých). Propojení teoretická část-praktická část je na velmi špatné úrovni, většinou se jedná pouze o obecná tvrzení, která jsou převzata z jedné či dvou odborných publikací (kterých je v seznamu literatury celkově velmi málo). Za výzkum jako takový považuje autorka pouze dotazníkové šetření.

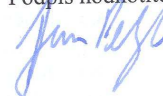
Prezentace jeho výsledků probíhá formou, kdy informace jasně vyplývající z obrázků jsou pouze přepsány formou textu. Dotazníkové šetření jako takové je pak (jako nástroj pro získávání informací) charakterizováno takto: "Dotazníky jsou rovněž považovány za velmi ekonomické, díky jejich pořizovacím nákladům se omezují pouze na technickou oblast (napsání, vytištění a jejich distribuce)." — str. 40. Celkovou úroveň pak podtrhuje i absence jakýchkoli demografických charakteristik vzorku. Kladně hodnotím autorčiny aktivity, které v daném podniku vykonávala i před zpracováním bakalářské práce, nicméně pokud se hovoří o tom, že bylo diskutováno s vedením podniku o procesech, které se v dané firmě realizují, bylo by vhodné tyto procesy zmínit. V práci nezaznělo mnoho podstatných informací, které jsou pro toto téma důležité. Návrhy, které tvoří závěrečnou část práce pak mnohdy jistě mají potenciál zlepšit stávající stav, nicméně práce je na pomezí mezi hodnocením "dobře" a "nevyhověl". Výsledné hodnocení bude předmětem diskuse zkušební komise na základě obhajoby bakalářské práce.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

1. Jaké jsou klíčové segmenty zákazníků dané firmy a jakou roli pro podnik hrají?
2. Jaké základní faktory externího prostředí firmu ovlivňují a jakým vývojem v nedávné minulosti prošly?
3. Jak konkrétně vypadá využití nástrojů marketingové komunikace (vč. výhod a nevýhod), která je v současné době realizována?

V Plzni, dne 9. května 2013

Podpis hodnotitele



Metodické poznámky:

- ¹ Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.
- ² Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.
- ³ Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek odevzdejte spolu s bakalářskou/diplomovou prací na sekretariát Katedry marketingu, obchodu a služeb, Fakulta ekonomická ZČU – v případě plzeňské části fakulty: Husova 11 - Plzeň 306 14; v případě chebské části fakulty: Hradební 22 – Cheb 350 11 (viz www.fek.zcu.cz). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).