



## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2013/2014

**Jméno studenta:** Veronika Nepodalová  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Brand management ve vybrané společnosti  
**Hodnotitel – oponent:** Ing. Lenka Čechurová  
**Podnik – firma:** FEK ZČU

**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
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**dobře**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>**

Předkládaná bakalářská práce se týká řízení značky ve společnosti Bohemia Sekt. Autorka nejprve teoreticky vymezila základní pojmy, v této části práce působí heslovitě, postrádám lepší propojení jednotlivých odstavců a podkapitol. Na obrázku 1 neobsahují jednotlivé rámečky celý text např. "interní". V této části práce autorka přehnaně používá zdroj 4, text místy není napsán odborným jazykem např. str. 20 věta "Ale pozor.". Práce obsahuje formální nepřesnosti jako např. obtékání obrázku textem (str. 24), příliš rozsáhlé přímé citace na 2/3 stránky (str. 26). Autorka v textu nejednoznačně používá pojmy "šumivé víno", "šampaňské", "prosecco" apod. což působí vzhledem z vybrané problematice neodborně. V kapitole 2 je uvedena SWOT analýza, je škoda, že ji autorka převzala bez aktualizace. Velká část práce (zejména kapitola 2) se opírá o marketingový plán společnosti, z textu není patrné, co je práce autorky. V kapitole 3 autorka stroze popisuje obrázky bez vyvození závěrů, často uvádí kompletní informace, které zachycuje obrázek, který se pak stává zbytečným. Respondenti neodpovídají cílové skupině zákazníků definovaných na str. - 40 autorka s tímto faktem nepracuje, nerozumím rozdělení věku respondentů bez respektu rozdělení zákazníků společnosti dle věku. Práci hodnotím spíše jako "dobrou".



### Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>

Str. 34 obr. 9 - na základě čeho jsou uvedené značky označeny jako "top značky"?

Považujete za vhodné vzhledem k nastavené strategii řízení značky, aby si zákazníci spojovali značku Bohemia Sekt se slovem "každodenní" (str. 50)?

Návrh na zlevnění produktů str. 58 - není v rozporu s nastavenou strategií řízení značky?

Vysvětlíte 100% návratnost str. 54 a myšlenku, že u online dotazování není možné ovlivnit věkovou strukturu a strukturu pohlaví str. 58?

Proč jste nerespektovala věkovou skladbu zákazníků při tvorbě dotazníkového šetření?

V Plzni, dne 19.5.2014

Podpis hodnotitele

**OPIS SOUHLASÍ  
S ORIGINÁLEM**  
Západočeská univerzita v Plzni  
Fakulta ekonomická  
katedra marketingu, obchodu a služeb  
①

---

Metodické poznámky:

<sup>1</sup> Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

<sup>2</sup> Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

<sup>3</sup> 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](http://www.fek.zcu.cz)). Posudek musí být opatřen vlastnoručním podpisem **modře** (pro rozeznání originálu).