

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2013/2014

Jméno studenta:

Hana Čorbová

Studijní obor/zaměření:

Management obchodních činností

Téma bakalářské práce:

Marketingová strategie konkrétní firmy

Hodnotitel – vedoucí práce:

doc. PaedDr. Ludvík Eger, CSc.

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

- A) Definování cílů práce
- B) Metodický postup vypracování práce
- C) Teoretický základ práce (řešeršní 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) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou
- O) Přístup autora k řešení problematiky práce
- P) Celkový dojem z práce

1	2	3	4	N
☐	☐	☒	☐	☐
☐	☒	☐	☐	☐
☐	☐	☒	☐	☐
☐	☐	☒	☐	☐
☐	☒	☐	☐	☐
☐	☒	☐	☐	☐
☐	☐	☒	☐	☐
☐	☒	☐	☐	☐
☐	☐	☒	☐	☒
☐	☐	☒	☐	☐
☐	☐	☒	☐	☐
☐	☒	☐	☐	☐
☐	☐	☒	☐	☐
☐	☐	☒	☐	☐
☐	☐	☒	☐	☐

Do Portálu ZČU byl zadáný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

☐

Posouzeno - podezřelá shoda

☐

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Studentka konzultovala na začátku práce, ale potom práci včas neodevzdala a rychlé dokončování je poznamenáno spěchem a bohužel i odevzdáním bez závěrečné konzultace.

Cíl práce je jeden hlavní, ale autorka píše, že práce je rozdělena na jednotlivé cíle...Některé části teorie jsou spíše jako výpisky, co odstavec to odkaz a bohužel zde není například porovnání zdrojů se závěrem, co bude dále využito v praktické části práce.

Právě u toho marketingového plánu to chtělo porovnat přístupy několika autorů a zdůvodnit co a jak bude použito.

Část teorie je ovšem zahrnuta v praktické části, viz objasňování PEST analýzy atd.

U kurzu Eura je uveden vývoj, ale na této stránce není informace k současnému skoku. Silnou stránkou je, že je v praktické části řada dílčích a reálných údajů a tím je popis k věci a ekonomicky odborný.

Marketingový mix je opět teoreticky v praktické části a zde je i vhodné porovnání dvou přístupů.



Podobně je řešena SWOT, ale popis je dobrý a tady je konečně poznamenán i aktuální problém s Eurem.

Internetová prezentace, B2B a sociální sítě jsou otazníkem, objednávka přes internet určitě ano, ale možná by to chtělo speciální software...Souhlasím s návrhem reklamy na nákladních automobilech, ale u billboardů je opět otázkou efektivita vzhledem k účelu. Oslovení a spolupráce se školou je asi dobrá myšlenka.

Hrubá chyba je na s. 68, uvedené tržby jsou v čem?, v korunách nebo v tisících korun?, podobně zisk. Takováto chyba znehodnocuje celou práci.

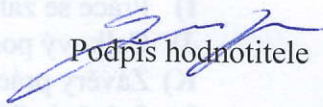
Plagiátorství nebylo v době vzniku posudku v systému posouzeno, ale domnívám se, že práce je vlastním výtvorem a zdroje jsou řádně citovány.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Objasněte údaje ze s. 68.

Doplňte návrhy pro podporu B2B komunikace.

V Plzni, dne 27. 8. 2014


Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹ Označte výsledek kontroly plagiátorství, který jste zadal/a do Portálu ZČU a odůvodněte níže při odůvodnění klasifikačního stupně.

² Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

³ Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

⁴ 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).