



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2013/2014

Jméno studenta:

Tereza Tesařová

Studijní obor/zaměření:

Management obchodních činností

Téma bakalářské práce:

Návrh marketingové komunikace pro konkrétní organizaci

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 (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) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou
- O) Přístup autora k řešení problematiky práce
- P) Celkový dojem z práce

	1	2	3	4	N
A)	☒				
B)	☒				
C)	☒				
D)	☒				
E)	☒				
F)	☒				
G)	☒				
H)	☒				
I)	☐				☒
J)	☒				
K)	☒				
L)	☒				
M)	☐	☒			
N)	☒				
O)	☒				
P)	☒				

Do Portálu ZČU byl zadaný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

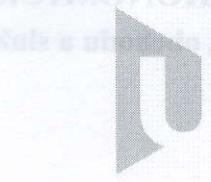
Navrhoji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Autorka práce přistupovala k jejímu zpracování zodpovědně, komunikovala s vedoucím práce, se zástupci firmy i s dalšími odborníky, realizovala průzkum, vyhledávala další zdroje atd.

Teoretická část je zpracována odpovídajícím způsobem a stručně a čitivě je vymezena zejména marketingová komunikace, její mix a nástroje včetně nových trendů. V kapitole č. 4 je zpracován popis Alžbětiných lázní a jejích produktů. V podkapitolách 4.3 a 4.4 najdeme informace k cílovým skupinám a ke konkurenci a nakonec je zde i popis současných využívaných nástrojů a aktivit v marketingové komunikaci. Kapitola č. 4.6 popisuje realizaci marketingového průzkumu (dvě ankety) se zaměřením na marketingovou komunikaci se zákazníky. Výsledky jsou zpracovány deskriptivně. V dalších podkapitolách již autorka přináší dílčí návrhy pro zlepšení marketongové komunikace a doplňuje je orientační kalkulací řešení. Snaží se podpořit povědomí o lázních a také provoz mimo hlavní sezónu.



Práce je doplněna vhodnými přílohami.

Vzhledem k možnostem bakalářské práce hodnotím její úroveň známkou výborně.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Prostor pro mini výstavu je za placeným vstupem nebylo by lepší využít malé výstavy pro "nalákání" ke vstupu, prohlédnutí si služeb, získání letáku a informace... atd?

V Plzni, dne 2. 5. 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 klasifikační 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.