



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2014/2015

Jméno studenta: Jana Šafrová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Analýza marketingových aktivit vybraného podniku

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Lenka Čechurová

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) | <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 checked="" type="checkbox"/> | <input 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 type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" 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 type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| H) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| I) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| J) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| K) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| N) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| O) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| P) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Do Portálu ZČU byl zadáný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

nevyhověl

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

Předkládaná bakalářská práce je zaměřena na analýzu marketingových aktivit společnosti Vinterlík. Autorka nejprve vymezila základní pojmy související s tématem a následně představila vybranou společnost. K postupu zpracování i práci samotné mám řadu výhrad, které jsou z velké části zapříčiněny faktem, že autorka začala práci zpracovávat velmi pozdě, postup prací prakticky nekonzultovala a práci jsem poprvé viděla pouhých několik dní před mezním termínem odevzdání. Na práci je znát, že byla psána na poslední chvíli bez výraznějšího ucelení myšlenek. V teoretické části práce mám připomínky zejména k analýze prostředí a SWOT analýze, která je evidentně autorkou práce nepochopena (s. 17 - legislativa v rámci mikroprostředí, s. 19 - legislativa v makroprostředí, na s. 20 si prakticky protirečí s předchozím textem o zařazení faktorů do S, W, O a T). Autorka nemá

ujasněné myšlenky o zákaznících podniku - na s. 29 uvádí, že se firma zaměřuje převážně na trh B2C, ale na s. 30 ale uvádí "podnik je především zaměřen na trh B2B". Z této nejasnosti pramení i nepřesnosti v dalším textu a opomenutí klíčových teoretických poznatků např. specifika marketingového mixu na trhu B2B. Text obsahuje nejasné či nepřesné věty či formulace např. s. 8 "úloha marketingu má stoupající tendenci, jelikož se stále zvětšuje výrobní kapacita", s. 26 "doprava ... je zajišťována stálým zákazníkem podniku", s. 33 "v dnešní době dochází k rychlému vývoji právních a právě technických předpisů" - bez další specifikace o které jde, příklady plánovaných změn apod. Text v kapitole 4.1 je holý popis, z kterého nepramení prakticky žádné důležité informace pro SWOT, chybí zhodnocení překážek vstupu do odvětví. PEST analýza je celkově slabá a nepřesně zpracovaná. V rámci SWOT analýzy autorka uvádí zavádějící informaci, že rostoucí cena potravin ovlivní podnik, jednotlivé body ve SWOT nejsou ve správných kategoriích. Jako silnou stránku autorka uvádí ruční výrobu a jako příležitost plně automatizovanou - odporuje si v textu. Návrhy na zlepšení nejsou adekvátní pro podnik (např. masážní míček, 10 - 20 ks katalogů nebo lepící páska) a nejsou dotažené do konce.

K práci mám i další připomínky:

- v obsahu chybí úvod a závěr
- příliš překlepů, gramatických a stylistických chyb v celé práci např. informace byli, komínové šachy, prodej zboží, by jsme měli, potrubý apod.
- diskutabilní je definice jádra produktu na s. 25
- 2x je v textu tabulka č. 1 - s. 11 a 37

Na základě výše uvedeného práci hodnotím stupněm "nevyhověl".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Konkretizujte návrhy na zlepšení a rozpracujte je.

V Plzni, dne 4.5.2015



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).