

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2015/2016

Jméno studenta: Veronika Bravencová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Aplikace marketingových aktivit ve vybraném subjektu
Hodnotitel – oponent: Ing. Petr Janeček
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
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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předložená práce se zabývá analýzou marketingových činností v lázeňském podniku. Teoretická část je logicky sestavena, až na poslední kapitolu (1.7 Reklama a podpora prodeje), která je dle autorky klíčová. Z pohledu marketingových aktivit jsou však důležité i další aktivity, bez nichž by "reklama a podpora prodeje" nemohla být. Na str. 12. se zaměřuje pojem marketing cestovního ruchu s pojmem destinační marketing, což není zcela správně, alespoň v uvedené souvislosti. V kapitole 1.4 u obrázku 2 chybí komentář k jeho umístění. Autorka se dopustila chyb v používání termínů "turistika a turismus" str. 19 a dále používá některých termínů ne zcela vhodně (např. marketingový management, str. 14). Na str. 16 je vysvětlena analýza PEST a její prvky jsou zbytečně popisovány dvakrát za sebou. V teoretické části je skladba některých vět nelogická a těžko pochopitelná (např. 14, 20). V pasáži o distribuci (str. 21) by bylo vhodné psát více o službách než o produktech. Praktická část analyzuje některé prvky marketingové komunikace společnosti. Dále se zabývá provedeným dotazníkovým šetřením. Vysvětlení metody dotazování není zcela jasné (osobní kontaktování po telefonu). Dotázaný vzorek respondentů není reprezentativní a informace z šetření se v některých případech nevztahují

k tématu (např. otázka 3 a 4 dotazníku rezidentů, otázka 3, 6 a 7 dotazníku návštěvníků). Šetření by bylo vhodnější nazvat anketou. Prezentované výsledky jsou velice stručné a v kterých komentářích neúplné (např. obr 17 cca 10% pro vývěsní tabule). Ve shrnutí analýzy jsou subjektivní názory autorky, které nebyly ověřeny (např. hodnocení informací o odštěpení společnosti). V návrhové části jsou také nepřesnosti a nejasné vyjádření návrhů (např. proč využívat regionální tisk s ohledem na jiné cílové skupiny. Doporučení o marketingové komunikaci by měla obsahovat základní myšlenku o komunikované informaci a cílovou skupinu jejích příjemců. Srovnání společnosti s konkurencí (zásada 4) je nedostačující. V práci se vyskytovaly pravopisné a stylistické chyby, které nemají zásadní dopad na kvalifikační stupeň. Přes uvedené nedostatky práce splňuje základní požadavky na tento typ kvalifikační práce a doporučuji ji k obhajobě s kvalifikačním stupněm dobře.

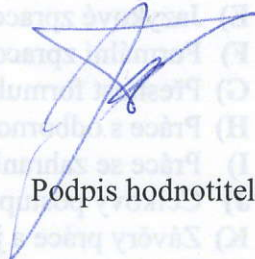
Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Vysvětlíte, proč by společnost měla "přetahovat klienty" z Karlových Varů?

Existuje nějaká lepší strategie získávání klientů než konkurenční boj?

Mezi marketingové aktivity patří výzkum trhu a zákazníků. Navrhněte rámcový postup získávání informací od zákazníků, který by mohl být použit ve společnosti.

V Plzni, dne 23. 5. 2016


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).