

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2011/2012

Jméno studenta: Markéta Tupá
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Návrh reklamní kampaně pro vybraný produkt
Hodnotitel – oponent: Ing. Lenka Čechurová
Podnik – firma: 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:¹

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Předložená bakalářská práce vychází z aktuální potřeby firmy Krabičky Plzeň navrhnout reklamní kampaň jejich produktu. Teoretická část má logickou strukturu, objevují se však nedostatky v citacích (str. 12-13 chybí zdroj), v kapitole 2 se práce podobá výpiskům. V praktické části, tedy při návrhu kampaně, autorka nedefinovala přesně cílovou skupinu, na kterou vybranými nástroji cílí, v kapitole 3.3.1 uvedla široké spektrum zákazníků (řídící pracovníci, svobodné ženy, postarší dámy), které pak oslovuje stejnými nástroji (facebook, sponzoring kickboxu). Autorka uvádí mezi novými nástroji komunikace také propagační předměty, do kterých chybně zahrnuje např. letáky a billboardy (str. 42). Velmi kvalitně zpracovaná je pátá kapitola - rozpočet reklamní kampaně a jeho korekce. Celkově hodnotím práci jako "velmi dobrou".




Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Definujte cílovou skupinu zákazníků pro jednotlivé komunikační nástroje.

Liší se postup přípravy reklamních kampaní dle jiných autorů?

V návrhu C na str. 44 píšete, že cena krabičky na týden pro muže stojí 330 - 350 Kč, dle ceníku na str. 33 je tato cena za den - vysvětlete rozdíl a porovnání s cigaretami.

V Plzni, dne 23.5.2012


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).