



HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2017//2018

Jméno studenta: Petr KOVÁŘ
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management
Téma BP/DP: Marketingové a prodejní aktivity vybrané organizace
Hodnotitel – oponent: Ing. Miroslav Pavlák, Ph.D.
Podnik – firma: FEK ZČU

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

	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H) Práce s odbornou literaturou (normy, citace)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L) Splnění cílů práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
N) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Celkový dojem z práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat BP/DP klasifikačním stupněm:¹

výborně

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Marketingová orientace na zákazníka a vnímání zákazníka jako jednoho ze zdrojů inovací je předpokladem úspěšnosti podniku v konkurenčním prostředí. Posilování vztahů se zákazníkem vytváří překážky pro vstup konkurentů na trh. Toto jsou argumenty, díky nimž považuji téma předkládané bakalářské práce za velice aktuální a potřebné. Bakalářská práce byla napsána s velkou pečlivostí jak ve své teoretické, tak analytické a návrhové části, rovněž po formální stránce splňuje požadavky kladené na své zpracování. Za slabou stránku považuji neuvedení SWOT analýzy společnosti Greenlux, tento nedostatek je však vyvážen závěry plynoucími z dotazníkového šetření, jež posloužilo jako východisko pro formulaci návrhů, které se zdají být v praxi realizovatelné.

Bakalářskou práci doporučuji k obhajobě.



Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

1. Představte státní zkušební komisi SWOT analýzu společnosti Greenlux a obhajte ji.
2. Na str. 37 v podkapitole 3.5.1 uvádíte, že se společnost Greenlux zabývá dovozem a následným prodejem svítidel atd., kdy prodej probíhá výhradně pod vlastními značkami GREENLUX a DAISY LED.
Otázka: Z textu je zřejmé, že skutečný výrobce zůstává „skryt“ pod značkou Greenlux. To výrobci nevádí, že není prezentován a je „schován“ za Greenlux, neusiluje o nezávislost na značce Greenlux?

V Plzni, dne 8. 5. 2018

Podpis hodnotitele

Metodické poznámky:

¹)Kliknutím na pole vyberte požadovaný kvalifikační stupeň.

²) Stručně zdůvodněte navrhovaný klasifikační stupeň, odůvodnění zpracujte v rozsahu 5 - 10 vět.

³)Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě – dvě až tři otázky.

Posudek na **DP a BP** odevzdejte ve dvou originálních vyhotoveních (oboustranný tisk) **nejpozději do 21. 5. 2018** spolu s prací na sekretariát KPM.

Posudek musí být opatřen **vlastnoručním podpisem modře** (pro rozeznání originálu).