

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2017/2018

**Jméno studenta:** Ladislav Urban  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Nové trendy v marketingu  
**Hodnotitel – oponent:** Michal Mičík  
**Podnik – firma:** KMO 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
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:<sup>1</sup>

**dobře**

**Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:<sup>2</sup>**

Student by se v předložené práci měl zabývat využíváním nových trendů trendů v marketingu, v práci však zmiňuje pouze jeden z nich, na který se zaměřuje - mobilní marketing. Jako hlavní cíl bych na základě názvu práce očekával "Analyzovat nové trendy v marketingu". Název kapitoly 1 je prohozený s názvem kapitoly 1.1. Autor píše v první osobě mn. č., což není vhodná forma pro zpracovávání tohoto typu VŠKP. Stejně tak není vhodnou formou ani první os. j. č. Co se týká literární rešerše, student měl využít daleko většího množství zdrojů, se zahraničními zdroji téměř nepracoval. Některé dlouhé pasáže vychází z pouze jednoho zdroje (kap. 1.5, 1.7,...). Pokud se student rozhodne pro určitou formu citování v textu, musí tuto formu dodržovat v celé práci, to platí i pro obrázky a tabulky. Co se týká dotazníku, tak např. věková kategorie mohla být formulována lépe (těžko budou dotazník vyplňovat 0letí respondenti apod.), stejně tak otázka 14 mohla být položena stylem "znáte nějakou aplikaci na čtení QR kódů?". Co lze ocenit u dotazníkového šetření, je vyrovnanost skupin respondentů. Zjištění z dotazníku jsou obsahem kapitoly 3. V kapitole 4 student formuluje doporučení pro vybranou firmu, přestože v úvodu slibuje aplikovat výstupny na vybrané firmy. Tato kapitola měla být jistě rozdělena na podkapitoly, kde by byla firma (pizzeria) nejdříve představena a teprve poté by na ni zjištěné poznatky byly aplikovány. Nerozumím tomu, proč student navrhuje zlepšení v podobě rozšíření prostorů (např. i pece), když je jeho téma jasně spojené s marketingem. Jako druhé doporučení následuje vytvoření



mobilní aplikace, která je však dle mého názoru, pokud by měla fungovat na principu představeném studentem, k ničemu. Už jen fakt, že by aplikace byla využitelná pouze v samotné prodejně popírá zjednodušení, kvůli kterému se mobilní aplikace vytváří. Pokud student hypotetizuje, že všechny ceny majitel zvýší a zákazník se vlastně používáním aplikace dostane na cenu před zdražením (majitele to nic nestojí, ale lidé mají rádi slevy a proto budou aplikaci vnímat pozitivně), tak mám pro studenta také hypotetický scénář - většina lidí smartphony k mobilním aplikacím vůbec nepoužívá (například v dotazníkovém šetření je používalo jen 42 % respondentů). Zdražení piz o 5 % tak nejenže poptávku po pizze sníží, ale také povede k utracení 185 000 Kč za vytvoření aplikace. Práci i přes její větší nedostatky hodnotím ještě jako "dobrou".

### **Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:<sup>3</sup>**

Vysvětlíte detailněji využití mobilní aplikace ve zmiňované firmě. Nebylo by daleko snazší nahradit Vaše řešení věrnostní kartou?

V Plzni, dne 16.5.2018

Podpis hodnotitele