

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2018/2019

Jméno studenta: Kristýna Michálková
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Obchodní činnost vybrané firmy

Hodnotitel – oponent: Ing. Mgr. Tomáš Sadílek, Ph.D.
Podnik – firma: ZČU, FEK

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)	1	2	3	4	N
A) Definování cílů práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B) Metodický postup vypracování práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C) Teoretický základ práce (rešeršní část)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I) Práce se zahraniční literaturou, úroveň souhrnu v cizím jazyce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J) Celkový postup řešení a práce s informacemi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M) Odborný přínos práce (pro teorii, pro praxi)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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

Práce popisuje obchodní činnost společnosti Meggle s.r.o. na českém trhu. Cílem práce je "analyzovat podmínky obchodní činnosti firmy Meggle, s.r.o. na základě popisu mezinárodních vztahů a struktury mateřské společnosti MEGGLE AG, s využitím analýzy konkurenčních produktů, popisu marketingových aktivit společnosti Meggle, s.r.o. a nalezení propojení mezi trhy B2B a B2C". Domnívám se, že by bylo lepší, kdyby byl cíl specifikován úžeji a samotným cíle by rovněž neměla být analýza stavu. V teoretické části je mimo uvedení marketingového mixu a SWOT analýzy, představena také samotná společnost a trh, na němž působí. V kapitole 1.2.4 by jednotlivé prvky komunikačního mixu by měly být rozděleny na ATL a BTL komunikaci.

Analýza konkurence (kap. 4) je vlastně jen porovnáním ceny a částečně vlastností produktu. Mnohem podrobnější a ucelenější výstup by poskytla např. analýza konkurenčních skupin.

Kapitola 5 SWOT analýza je zařazena před samotným výzkumným šetřením, ale lepší by bylo její umístění až za provedený výzkum, jelikož do této matice vstupují závěry všech předchozích analýz.

V kapitole 6.2 mi chybí bližší informace o metodice výzkumu (technika výběru respondentů), jinak se zdá, že mohlo jít spíše o anketu

Provedené třídění prvního stupně u hodnot v grafech mělo seřazeno sestupně (obrázek 17, 18, 20, 23, 24, 25, 30), rovněž grafická úprava grafů mohla být na vyšší úrovni.

Na druhou stranu oceňuji provedení třídění druhého stupně (obrázky 26 až 29); škoda jen, že prezentované grafy nebyly doplněny vypočítanými koeficienty korelace nebo kontingence.

Dále by práci prospělo, kdyby byla orientována jen na jednu řadu produktů (označených buď značkami výrobce nebo privátními značkami). Privátní značky, které jsou zmiňovány v teoretické a praktické části zcela absentují v doporučeních a také v závěru práce.

Návrhy a doporučení jsou zpracovány na dobré úrovni a většina z nich je realizovatelná.

K formálním připomínkám uvádím, že když jsou přesně uváděny názvy společností ve skupině Meggle, mělo by to být i u společnosti Nagel. V práci se dále objevují nepřesnosti v citacích zdrojů.

Celkově na mě práce působí tak, že ji studentka věnovala hodně času a aktivity, na druhou stranu by bylo lepší, kdyby práce byla zaměřena na vybraný problém a analyzovala ho podrobněji.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

Na s. 32, uvádíte, že privátní značky jsou pro výrobce nevýhodné z pohledu cenu a propagace. To však nejsou jediné důvody. Proč je pro výrobce dále nevýhodné prodávat výrobek jako privátní značku?

Je možné říci, jak vypadá typický zákazník nakupující produkty značky Meggle (na základě dat z Vašeho výzkumu)?

V Plzni, dne 13. 5. 2019

Podpis hodnotitele