FAKULTA EKONOMICKÁ
ZÁPADOČESKÉ
UNIVERZITY
V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ
Katedra marketingu, obchodu a služeb

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2018/2019

Jméno studenta:	**Polatová Lenka**
Studijní obor/zaměření:	**Management obchodních činností**
Téma bakalářské práce:	**Marketingový plán vybrané společnosti**
Hodnotitel – oponent:	**Ing. Daniela Froňková, MBA**
Podnik – firma:	**FEK KMO**

Kritéria hodnocení: (1 nejlepší, 4 nejhorší, N-nelze hodnotit)	**1**	**2**	**3**	**4**	**N**
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	☒	☐	☐	☐	☐

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:[1] **výborně**

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:[2]

Bakalářská práce na téma marketingový plán má jasně a správně definovaný hlavní cíl, který odpovídá zadání práce. Rozsahově práce překročuje stanovené limity a odpovídá spíše práci diplomové. (95 str.)
Autorka zcela správně vybrala ke zvolenému tématu vhodnou teorii obsaženou v samostatné části a jednotlivé zdroje vhodně srovnává a doplňuje vlastním zpracováním.
Druhá část práce je věnována samostatné praktické části. Členění druhé sekce do kapitol by molo být jednoduší a více odpovídající zadání (např. Specifika zvoleného odvětví, Aktivity vybrané společnosti, Doporučení). Analytická část je zpracována na profesionální úrovni jak z hlediska praxe, tak s propojením s vybranou teorii. Autorka ve své práci zahrnula i vlastní dotazníkové šetření vedené dokonce ve dvou rovinách. Zcela logicky a na základě všech zdrojových dat autorka vytvořila a popsala SWOT analýzu. Na základě analýzy se detailně věnuje jednotlivým doporučením a návrhům.
Autorka překročila stanovené zadání 40-60 stran, což by se dalo považovat za relativně hrubou chybu. práce není prostá překlepů a lehkých stylistických chyb, ale i přesto vzhledem k celkovému dojmu a obsahu navrhuji klasifikaci stupněm výborná.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:[3]

Dle vašich analytických výstupů by se dalo říci, že se celkově turismu daří, trh roste , se společností jsou zákazníci opravdu spokojeni a kancelář doporučují. Jaký je tedy podle Vás důvod, že se v poslední době společnosti nedaří naplňovat zájezdy (zmínka na straně 37)?
Současná zákazníci jsou senioři. Myslíte si, že je pro cestovní kancelář vhodné snažit se cílit na jinou novou cílovou skupinu (mladí lidé)? A proč? Mladí lidé mají určitě jiné nároky, standardy, důvody pro dovolenou. Nebylo by lepší se snažit získat více zákazníků ze současné cílové skupiny? Pro kterou cílovou skupinu jste navrhovala nové zájezdy ?

V Plzni, dne

Podpis hodnotitele