

## HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2018/2019

**Jméno studenta:** Ilona Samcová  
**Studijní obor/zaměření:** Management obchodních činností  
**Téma bakalářské práce:** Identifikace potenciálních zákazníků a návrhy jejich oslovení

**Hodnotitel – oponent:** Ing. Karolína Fajfrová  
**Podnik – firma:** FEK, ZČU v Plzni

**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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input 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:<sup>1</sup>

**velmi dobře**

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

Cílem předložené bakalářské práce je nalezení konkrétního segmentu potenciálních zákazníků a také navržení jejich oslovení.

Při hledání nového segmentu bylo využito dotazníkového šetření, které hodnotím velmi kladně. Jen bych se ráda pozastavila nad kvótami respondentů - ty by bylo dle mého názoru vhodné rozdělit rovnoměrně. Pak totiž tvrzení, že: „Úklid by využily většinou ženy ve věku 35-70 let.“, když tato skupina tvořila téměř polovinu respondentů, může být mírně zkreslené.

Co se týče návrhů marketingové komunikace, zde kladně hodnotím mnoho dobrých nápadů, avšak záporně hodnotím naprostou absenci zdrojů, ze kterých studentka čerpala při prezentaci částek za využití konkrétních komunikačních kanálů. Studentka dále hovoří o rozpočtu 50.000 Kč, což se mi zdá málo (především když přihlédnu k poznámce na s. 58, kde je zmíněna rovněž reklama v televizi - v další pasáži se však zdá, že už s ní počítáno není.. nicméně mělo by být jednotné). Dále často postrádám zdroje za odstavci ba dokonce i za podkapitolami v teoretické části (např. podkapitola 2.3 Positioning).

Z obecného hlediska je celá práce velmi čtivě napsaná a myšlenky jsou shrnovány přehlednými tabulkami a grafy, avšak menším nedostatkem je, že na tyto tabulky a grafy není v textu odkazováno (s. 37 atd.).

Dále se zde vyskytuje příliš mnoho překlepů a gramatických chyb. Velmi často je zde chyba ve skladbě vět či pravopisu. Např. kapitola 3 „... se autorka bude věnovat nejvýznamnějšími cíly...“, s. 25: „... již služby úklidových firem již využívají“ či s. 52 „... byli podrobně rozebráni výše ..., ale ty už autorka rozebrala výše“. Dále např. chybějící konec závorky na s. 39, čárky navíc - s. 35, 45 atd., shoda podmětu s přísudkem - „tvořili ženy“ na s. 44 a „ženy volili“ na s. 53, chybějící tečky na konci věty (např. s. 50, 59) či na s. 45 dvakrát po sobě stejná věta. Uvedené chyby na mě působí dojmem, že si autorka práci po sobě dostatečně nezkontrolovala. Praktický význam práce je však zřejmý.

Na základě uvedených skutečností navrhuji ohodnotit předloženou bakalářskou práci stupněm 2.

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

Bude podle Vás vytyčená částka 50.000 Kč na marketingovou komunikaci podniku Čistonoš dostačující?

Bude podnik schopen pokrýt případný nárůst poptávky v Plzni z hlediska lidských zdrojů? Jaký způsob tohoto navýšení by byl podle Vás nejvhodnější?

V Plzni, dne 22.5.2019

Podpis hodnotitele