

HODNOCENÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Akademický rok 2018/2019

Jméno studenta: Nikola Hošťálková
Studijní obor/zaměření: Podniková ekonomika a management / KMO
Téma diplomové práce: Veletrh jako nástroj marketingové komunikace

Hodnotitel – oponent: Ing. Hana Kunešová, Ph.D.
Podnik – firma: 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 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 checked="" 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 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 checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Navrhuji klasifikovat diplomovou práci klasifikačním stupněm:¹

dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:²

Práci hodnotím stupněm "dobře až nevyhověl", a to mimo jiné z důvodu nesrozumitelně stanoveného cíle, jehož splnění nelze zhodnotit. Cílem práce (s. 7, totéž na s. 78) je "zpracovat metodu o pořádání veletrhu a jeho využití jako nástroje marketingové komunikace". Formulaci "metoda o pořádání veletrhu" považuji za nesrozumitelnou, a z tohoto důvodu plnění cíle nehodnotím. Možná autorka chtěla zpracovat metodiku pro pořádání veletrhu, v práci však žádná metodika není uvedena, a není stanovena ani v zásadách pro vypracování práce. Na druhou stranu je nutné uznat, že autorka splnila všechny zásady pro vypracování práce uvedené v zadání práce.

Práce má velmi dobře zpracovaný teoretický základ, který je však zbytečně rozdělený do 5 různých dlouhých kapitol, z nichž některé jsou nevhodně členěné (např. kapitola 2 má úvodní část v rozsahu 6 stran, po které následuje podkapitola 2.1 o rozsahu necelé jedné strany a tím kapitola 2 končí). Autorka v teoretické části důsledně cituje použité zdroje, ale některé podkapitoly působí jako výpisky z prací autora Pavlů (3.2; 3.4; 4.5; 4.6) nebo autorky Vysekalové (4.2; 4.3). Využití zahraničních zdrojů je nízké.

Empirická část popisuje proces přípravy, realizace a hodnocení akce "Kreativní veletrh Plzeň". K empirické části mám následující připomínky:

Na s. 39 je zmíněno "relativně velké množství" kreativních veletrhů v Plzeňském kraji, v textu však nejsou uvedené a při srovnání s konkurenčními veletrhy (s. 41) autorka uvádí jen akce konané v jiných krajích. V textu o ceně pronájmů pro vystavovatele chybí porovnání s konkurencí. Text na s. 70 uvádí, že celkový průměr hodnocení návštěvníky je 4,5 - obrázek na s. 70 však ukazuje hodnocení 3,5.

Úspěšnost kampaně je hodnocena podle tržeb v 1. čtvrtletí roku 2019 ve srovnání se stejným čtvrtletím roku 2018 (autorka výběr období zdůvodnila), domnívám se však, že zvýšení tržeb o 1 266,- Kč za sledované čtvrtletí (s. 75) není tak významné, aby bylo možné kampaň hodnotit jako úspěšnou, navíc autorka sama připouští, že uvedené zvýšení tržeb nemuselo být způsobeno pouze konaným veletrhem. Při hodnocení ziskovosti veletrhu chybí porovnání s předchozím ročníkem veletrhu, takže nelze určit, zda ročník 2019 byl z finančního hlediska více nebo méně úspěšný.

Ve vyhodnocení dotazníku pro vystavovatele (s. 71) autorka z grafu na s. 71 vyvozuje dvě rozporná tvrzení: (1) "...na veletrhu převažovali vystavovatelé, kteří se tohoto veletrhu účastnili poprvé" a (2) "...většina respondentů odpověděla, že se veletrhu zúčastnila už poněkoličáté". Autorka dále uvádí, že dotazníkového šetření se zúčastnilo 20 vystavovatelů, jejich součet podle grafu na s. 71 je však 21 (6+4+3+1+4+3 = 21).

Pro hodnocení akce mohl mít dotazník pro návštěvníky (příloha F) lépe zvolené otázky. Chybí např. otázka, co se návštěvníkovi na veletrhu nelíbilo. Místo toho je v dotazníku otázka, co návštěvník postrádal, ta má však jiný význam. Nabídka odpovědí u otázky na užitečnost workshopů pro návštěvníka nepočítá s možností, že návštěvník se workshopů nezúčastnil.

V závěru na s. 78 autorka označuje misi, rozpočet, zprávu, komunikaci a měřitelnost za "metody", s tím nelze souhlasit. Ukazuje to však, že autorka nezná význam slova "metoda", a s tím možná souvisí i problematická formulace cíle. Závěr práce popisuje obsah jednotlivých kapitol a uvádí stručná doporučení pro organizátora akce.

V textu práce postrádám SWOT analýzu, která by vhodně doplnila hodnocení akce. Seznam použitých zdrojů je na diplomovou práci poměrně stručný (dvě strany), z toho jsou pouze tři cizojazyčné zdroje. Formální zpracování práce je na vysoké úrovni, z hlediska jazykového zpracování práce obsahuje občasné chyby, překlepy a méně vhodné obraty.

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:³

- 1) Uveďte cíl své diplomové práce.
- 2) Uveďte SWOT analýzu posledního ročníku akce "Kreativní veletrh Plzeň".
- 3) Otázka ke s. 39: Jaké akce v Plzeňském kraji konkurují uvedenému veletrhu?