

HODNOCENÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Akademický rok 2019/2020

Jméno studenta: Sandra Kraftová
Studijní obor/zaměření: Management obchodních činností
Téma bakalářské práce: Marketingové aktivity vybraného spotovního klubu

Hodnotitel – vedoucí práce: Ing. Michal Mičík, Ph.D.

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 type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D) Členění práce (do kapitol, podkapitol, odstavců)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E) Jazykové zpracování práce (skladba vět, gramatika)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F) Formální zpracování práce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G) Přesnost formulací a práce s odborným jazykem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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 type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K) Závěry práce a jejich formulace	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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) Spolupráce autora s vedoucím práce a katedrou	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
O) Přístup autora k řešení problematiky práce	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
P) Celkový dojem z práce	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Do Portálu ZČU byl zadaný tento výsledek kontroly plagiátorství¹:

Posouzeno

Posouzeno - podezřelá shoda

Navrhuji klasifikovat bakalářskou práci klasifikačním stupněm:²

velmi dobře

Stručné zdůvodnění navrhovaného klasifikačního stupně:³

V práci se studentka zabývá marketingovými aktivitami sportovního klubu Fc Viktoria Plzeň. Cíl práce je uveden v úvodu, jeví se však jako velmi ambiciózní. V práci působí nadbytečně části první kapitoly, hlavně definice samotného marketingu a jeho historie. Na druhou stranu je velmi málo prostoru věnováno samotnému sportovnímu marketingu. V práci se vyskytuje velké množství překlepů a gramatických chyb, některá slova nedávají smysl. Studentka velmi dobře pracuje s odbornými zdroji, vzniká tak vcelku povedená rešeršní část práce. Rušivým elementem v práci jsou zbytečné mezery mezi odstavci. Kapitola 4 obsahuje až příliš detailní představení historie vybraného klubu. Následuje analýza marketingových aktivit klubu, vždy jsou shrnuty přínosy pro marketing. V šesté kapitola studentka představuje návrhy na zlepšení. U stanovení reklamního rozpočtu se nelze přiklonit k variantě, že email, sociální sítě a webová



stránka jsou beznákladové položky. Návrhy jsou zajímavé a mají reálný potenciál pro úspěch, otázkou však zůstává, jak a jestli vůbec pomohou ke zlepšení marketingu klubu. Celkově práci hodnotím ještě jako "velmi dobrou".

Otázky a připomínky k bližšímu vysvětlení při obhajobě:⁴

Odhadněte náklady na využívání emailu, sociálních sítí a webové stránky pro účel prvního návrhu. Na základě jakých údajů byly spočítány náklady na tisk letáků a využití billboardů?

V Plzni, dne 16. 1. 2020

Podpis hodnotitele